

**PRODUCCIÓN MULTIMEDIA PARA LA AGNICIÓN ESTÉTICA INDUCIDA DEL  
PÚBLICO CALEÑO HACIA LOS ESPACIOS ARBOREOS DE CIUDAD  
BOSQUE  
A LA SOMBRA DE LA HISTORIA, HACIENDA CAÑASGORDAS**

**DANIELA GORDILLO DAZA  
ARMANDO SANCLEMENTE MARMOLEJO**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA  
SANTIAGO DE CALI  
2013**

**PRODUCCIÓN MULTIMEDIA PARA LA AGNICIÓN ESTÉTICA INDUCIDA DEL  
PÚBLICO CALEÑO HACIA LOS ESPACIOS ARBOREOS DE CIUDAD BOSQUE  
A LA SOMBRA DE LA HISTORIA, HACIENDA CAÑASGORDAS**

**DANIELA GORDILLO DAZA  
ARMANDO SANCLEMENTE MARMOLEJO**

**Pasantía de investigación para optar al título de  
Diseñador de la comunicación grafica**

**Director  
ANDRÉS GIOVANNI ROZO  
Diseñador**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA  
SANTIAGO DE CALI  
2013**

**Nota de aceptación:**

**Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar por el título de Diseñador de la Comunicación Gráfica.**

**MARIO**

**GERMAN**

**CAICEDO**

---

**Jurado**

**PABLO ESTRADA**

---

**Jurado**

**Santiago de Cali, 22 de Noviembre de 2013**

<b>CONTENIDO</b>	<b>Pág.</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>11</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>13</b>
<b>1.PROBLEMA DE INVESTIGACION</b>	<b>14</b>
<b>1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>14</b>
<b>1.1.1.Antecedentes</b>	<b>14</b>
<b>1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>15</b>
<b>1.3.SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA</b>	<b>15</b>
<b>2.JUSTIFICACIÓN</b>	<b>17</b>
<b>2.1.INTERÉS ACADÉMICO</b>	<b>17</b>
<b>2.2.INTERÉS Y APOORTE</b>	<b>17</b>
<b>2.3.INTERÉS SOCIAL</b>	<b>17</b>
<b>2.4.METODOLOGIA</b>	<b>17</b>
<b>3.OBJETIVOS</b>	<b>20</b>
<b>3.1.OBJETIVO GENERAL</b>	<b>20</b>
<b>3.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>20</b>
<b>4. MARCOS REFERENCIALES</b>	<b>21</b>

<b>4.1 MARCO TEORICO</b>	<b>21</b>
4.1.1.Cali, patrimonio arbóreo	21
4.1.2.La experiencia del usuario a través de lo multimedia	23
4.1.3.El diseño de contenido.	25
4.1.4.La usabilidad	26
4.1.5.La usabilidad en la pantalla	26
4.1.6.La ley de Fits.	27
4.1.7.La navaja de Ockham	27
4.1.8.La regla del 80/20	27
4.1.9 Diseño inclusivo y la accesibilidad	27
4.1.10 El modelado del usuario	28
4.1.11 Mejor experiencia del usuario al contar historias	28
4.1.12 El poder de la emoción	28
<b>4.2 MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>29</b>
<b>4.3 MARCO CONTEXTUAL</b>	<b>34</b>
4.3.1 Un hecho histórico	34
4.3.2 Un antiguo patrimonio natural	34
4.3.3 Una posible solución, como hipótesis a demostrar	36
4.3.4 La pregunta por el público	37
4.3.5 Modelo de públicos pretendidos	37
4.3.6 Modelo de públicos convocados	38
4.3.7 Contexto local	40
4.3.8 Contexto del Lugar	40

<b>5. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS REFERIDOS A LAS CUALIDADES Y ASPECTOS DEL PAISAJE</b>	<b>46</b>
<b>5.1 LAS ESENCIAS DEL PAISAJE URBANO</b>	<b>46</b>
5.1.1.Primer a esencia: La presencia invocadora	46
5.1.2.Segunda esencia: La apariencia provocadora	47
5.1.3.Tercera esencia: La vivencia evocadora	48
5.1.4.Cuarta esencia: La experiencia convocadora	48
<b>6.ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS REFERIDOS</b>	<b>50</b>
<b>6.1.COROGRAFÍA DEL HÁBITAT (CH)</b>	<b>50</b>
6.1.1Factor CH1 Ambiente	50
6.1.2 Factor CH2 Entorno	51
6.1.3 Factor CH3 Actores	51
6.1.4 Factor CH4	51
<b>6.2 CUALIDAD ESCENOGRÁFICA (CE)</b>	<b>52</b>
6.2.1Factor CE1 Variación espacial	52
6.2.2 Factor CE2 Visualidad. La Hacienda Cañasgordas	52
6.2.3. Factor CE3: Intervención ordenada	53
6.2.4 Factor CE4 Flujos y actividades de actores	53
<b>6.3 CUALIDAD INTERACTIVA (CI)</b>	<b>53</b>
6.3.1 Factor CI1 Interpretación de los atributos del lugar	53
6.3.2 Factor CI2 Generación de sentidos asociados	53
6.3.3 Factor CI3 Experiencia sinestésica	54
<b>6.4 CUALIDAD SENSORIAL (CS)</b>	<b>54</b>

6.4.1 Factor CS1 Fisiografía	54
6.4.2 Factor CS2 Arquitectura	54
6.4.3 Factor CS3 Imbricación perceptiva	54
6.4.4 Factor CS4 Vivencia del lugar	55
7. DETERMINACION DEL GENIUS LOCCI	56
8.CRITERIOS PARA EL DISEÑO DE LOS PRODUCTOS GRAFICOS	58
8.1.RACIONAL DEL IDENTIFICADOR VISUAL	58
8.2 CONCEPTUALIZACIÓN: MARCA Y SUBMARCAS “A LA SOMBRA DE LA HISTORIA” HACIENDA CAÑASGORDAS	59
8.2.1 Marca Gráfica	59
8.2.1.1 Logotipo	59
8.2.1.2 Tipografía	60
8.2.2.3. Esquema Cromático	61
8.3. MULTIMEDIA	61
8.3.1 Definición y estructuración de la metáfora de navegación.	61
8.3.2 lineamientos de diseño y diagramación	62
8.3.3 Graficación e información de especies y fauna	63
8.3.4 Mapa de navegación	64
8.3.4 Recursos audiovisuales	67
9. METOLOGIA DE LA INVESTIGACION	68
9.1. ESQUEMA METODOLÓGICO	68
9.1.1. Producción	69

9.1.2.Visita hacienda cañasgordas.	70
9.2.PÚBLICO OBJETIVO	70
9.3.ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	70
9.4.TRATAMIENTO DE DATOS Y CONCLUSIONES DE LAS VISITAS A LA HACIENDA	70
9.5.SELECCIÓN DE IMÁGENES O FOTOGRAFÍAS Y REALIZACIÓN DE TEXTOS	71
9.5.1.Audios	71
9.5.2.Bocetación interface gráfica.	71
9.6.PRODUCCIÓN	76
9.6.1.Realizaciones de la interface gráfica.	76
9.6.2.Programación de la multimedia.	76
9.7.POSPRODUCCIÓN	77
9.7.1.Producto final.	77
10. CONCLUSIONES	78
BIBLIOGRAFIA	79



## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
<b>Figura 1. Mapa Zona de Ubicación</b>	<b>51</b>
<b>Figura 2. Logo Ciudad Bosque</b>	<b>59</b>
<b>Figura 3. Tipografía prediseñado del Logotipo</b>	<b>61</b>
<b>Figura 4. Menú Principal</b>	<b>63</b>
<b>Figura 5. Distribucion Menu Fauna y Flora</b>	<b>64</b>
<b>Figura 6. Mapa de Navegación</b>	<b>65</b>
<b>Figura 7. Menu home Flora y Fauna</b>	<b>66</b>
<b>Figura 8. Menu Flora y Fauna</b>	<b>67</b>
<b>Figura 9. Menú Flora</b>	<b>67</b>
<b>Figura 10. Flora</b>	<b>68</b>
<b>Figura 11. Esquema Metodológico</b>	<b>69</b>
<b>Figura 12. Boceto 1</b>	<b>72</b>

<b>Figura 13. Boceto 2</b>	<b>73</b>
<b>Figura 14. Boceto 3</b>	<b>73</b>
<b>Figura 15. Boceto 4</b>	<b>74</b>
<b>Figura 16. Boceto 5</b>	<b>74</b>
<b>Figura 17. Boceto 6</b>	<b>75</b>
<b>Figura 18. Boceto 7</b>	<b>75</b>
<b>Figura 19. Boceto</b>	<b>76</b>
<b>Figura 20. Boceto 9</b>	<b>76</b>
<b>Figura 21. Boceto 10</b>	<b>77</b>

## **RESUMEN**

Para el Segundo Periodo Académico del 2005, se crea el Grupo Grafías Urbanas en el Programa de Diseño de Comunicación Gráfica, adscrito a la Facultad de Comunicación Social. Su propósito, estudiar las manifestaciones culturales expresadas a través de la tipografía urbana, la señalética y la grafía del paisaje de la ciudad.

La coyuntura social que se vivió en la ciudad a partir del anuncio de la tala masiva de árboles de gran talla para dar paso al Proyecto de Transporte Masivo (MIO), motivó la presentación del proyecto titulado de manera genérica como si se tratase de un programa con varios proyectos: CALI, CIUDAD BOSQUE.

La Resolución 6396 (Artículo 11) del Consejo Académico de la Universidad Autónoma de Occidente, aprueba en enero del 2006, el primer Proyecto del Programa Ciudad Bosque: Determinación del potencial paisajístico de la Ciudad de Cali, para el diseño de un sistema señaletico de las rutas por el Paisaje Arbóreo Urbano, para un periodo de 12 meses, con una intensidad horaria de 8 horas semanales, para cada uno de los investigadores.

Como investigador principal figura desde el inicio, el docente Jaime López Osorno como investigadores los docentes Mario Fernando Uribe y Ricardo Castro.

Por su compromiso como Jefe de Departamento y como estudiante de Maestría, el docente Mario Fernando Uribe, se desvinculó del GRAU.

Pasado el primer año de desarrollo del proyecto (enero 2007) se solicitó prórroga por el significativo atraso en el cronograma, pues el tiempo presupuestado para el diseño de instrumentos para ser aplicados en los trabajos de campo, se subestimó.

Aceptada la prórroga, el documento que da cuenta del Primer Proyecto del Programa Ciudad Bosque, se entrega y pasa a pares evaluadores, quienes recomiendan unos ajustes, que fueron ejecutados en su totalidad, más una cualificación en todos sus apartados, fruto de las nuevas fuentes recomendadas por los pares evaluadores.

Terminado este primer proyecto, el docente Ricardo Castro, renuncia al grupo y pasa a proponer un nuevo proyecto, dentro del Grupo de Investigación en Comunicación Social, coordinado por el profesor Juan Pavía.

Desde allí, el docente Jaime López trabaja con grupos de estudiantes en la modalidad de pasantía de trabajo de grado, aprobada por el Consejo Académico de la Universidad.

El Grupo GRAU se convirtió en línea de Investigación del nuevo Grupo de Investigación en Diseño de la Comunicación Gráfica.

**Palabras Claves: manifestaciones culturales, tipografía urbana señalética, grafía de paisaje, ciudad**

## INTRODUCCIÓN

El proyecto Ciudad Bosque que desarrolla la línea Grafías Urbanas (GRAU), aplica un protocolo para la Agnición Estética Inducida (AEI) del paisaje urbano, en las zonas verdes arborizadas de la Ciudad de Cali, con el propósito de hacerlas visibles y accesibles al público, como parte de la estrategia de acercamiento de la ciudadanía al Paisaje Arbóreo Urbano (PAU). A partir del reconocimiento de la metodología GRAU, La investigación aplicada se realiza confiando a grupos de estudiantes, la realización de Productos Multimedia, los cuales realizan a partir de una inducción a la metodología GRAU, para pasar luego a un trabajo de campo, en las zonas seleccionadas por la Investigación Profesoral, y asignadas a cada grupo de pasantes.

El conjunto de esas zonas, va a integrar un sistema de recorridos presenciales, mediante guías de observación didáctica.

El grupo de pasantes del periodo junio 2012– Abril 2013, tendrá a su cargo la siguiente zona:

La Hacienda Cañas Gordas, ubicada al extremo sur de la ciudad de Santiago de Cali, por la vía Cali-Jamundi.

El grupo de pasantes utilizará las herramientas diseñadas por la línea GRAU para el rastreo, el registro e interpretación de los datos con la finalidad de desarrollar un producto multimedia de tipo interactivo donde los usuarios puedan experimentar la navegación a través de los contenidos abordados sobre la zona verde correspondiente apoyado por aplicaciones pedagógicas como sistemas de información, galerías de imágenes, audios y juegos para así generar una experiencia positiva y un alto nivel de recordación sobre el usuario.

La decisión de que sea un producto de esta naturaleza, es prescripción de los docentes investigadores, pues se integrará luego a una estrategia de medios más amplia, como apoyo a los procesos de educación ambiental que se diseñarán después.

# 1. PROBLEMA DE INVESTIGACION

## 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

**1.1.1. Antecedentes.** Cuando se iban a iniciar las obras de construcción de las vías del sistema de transporte masivo (MIO) en la ciudad de Cali, se iban a ver afectados 137 árboles, los cuales se debían talar ya que se encontraban dentro de los planos de la infraestructura de las vías de este nuevo transporte masivo. Muchos grupos ambientalistas de dentro y fuera de la ciudad se dieron cuenta de este atentado que pensaban realizar en contra del paisaje arbóreo urbano de Cali y se sumaron a protestas. Gracias a las protestas de no solo activistas sino también de ciudadanos solo se vieron afectados 37 árboles. A partir de este echo en la Universidad Autónoma de Occidente, los docentes del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica, sintieron la necesidad de buscar la manera de acercar a los ciudadanos a la naturaleza, es decir, se dieron cuenta que las personas desconocían su patrimonio arbóreo, su patrimonio natural y por eso en gran medida se debía el deterioro de el mismo.

La labor que los docentes empezaron a desarrollar pretende que entre los ciudadanos se promueva el reconocimiento del territorio, y que a partir de la interacción y la captación sensorial se genere agnición frente a este.

¿Cómo sería posible lograr que los ciudadanos se percataran del patrimonio natural que los rodeaba? Los frutos de las investigaciones del GRAU se empezaron a ver unas vez empezaron a realizar proyectos, tales como su primera propuesta grafico-visual que permitía una visión volumétrica de todo lo que conformaba los alrededores del Rio Meléndez, trabajo desarrollado por el diseñador Jefferson Montoya. Luego aparece otra propuesta realizada por tres diseñadores que trabajaron en grupo y lo presentan en modalidad de pasantía de investigación, ellos Oscar Sierra, Diego Rivera y Luis Felipe Viveros dieron a conocer una aplicación grafica editorial, sustentando que está a diferencia de la anterior por su formato estaría a mayor alcance del público al cual querían llegar. La tercera propuesta que se presentó trataba de una nueva forma de mostrar el patrimonio arbóreo de la ciudad, ya que esta propuesta constaba de recorridos, multimedia, diseño de sub marcas que mostraran que hacían parte de ciudad bosque, presentaciones de cada zona en la ciudad de Cali, configuraciones arbóreas con registro fotográfico y como gran apunte, el Genius Loci. Esta

propuesta también fue realizada por los diseñadores Carolina Quispe, Viviana Giraldo y Alejandro López.

La última presentación que fue estandarizada por decirlo así, fue la presentada por los diseñadores Lucas López, Sebastián Payan y Sandra Marmolejo, quienes presentaron el rediseño de la marca gráfica del proyecto ciudad bosque junto su manual de identidad visual y junto a una multimedia que permitió la visualización del parque lineal río Meléndez con toda la información requerida y su análisis.

Actualmente se siguen presentando estos trabajos bajo la modalidad de pasantía institucional, en donde se deben recolectar los datos recorridos y mostrarlos por medio de una multimedia que permita el reconocimiento de la zona y del patrimonio arbóreo urbano que tiene. También que esta multimedia permita entender porque esa zona hace parte del patrimonio natural de la ciudad de Cali. Cabe recordar que también se busca dentro de estas investigaciones definir el Genius loci<sup>1</sup>, que es la personalidad del lugar.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo desarrollar de manera adecuada un producto multimedia, que permita el reconocimiento de la Hacienda Cañasgordas como parte del patrimonio Arbóreo Urbano de la Ciudad de Cali?

## **1.3. SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA**

- ¿Cuáles son los criterios propuestos de GRAU para el diseño de una metodología para la indagación del Patrimonio Arbóreo Urbano que permita el reconocimiento por parte de los ciudadanos?
- ¿Qué datos dentro de la investigación son primordiales exponer, para tener éxito con el objetivo de mostrar a través de una multimedia la representación el patrimonio arbóreo urbano?

---

<sup>1</sup> Geniusloci: El espíritu del lugar. Blospot 2007.[en línea][consultado 3 de junio de 2013]disponible en internet Disponible en internet: <http://variapomessobrearquitectura.blogspot.com>

- ¿Cómo procesar la información de una manera que sea atractiva para los ciudadanos sin dejar a un lado las linealidades de GRAU?



## **2. JUSTIFICACIÓN**

### **2.1. INTERÉS ACADÉMICO**

Gracias a este proyecto podemos aplicar y hacer prácticos todos los conocimientos y competencias que desarrollamos a lo largo de la carrera, en un trabajo de tanta importancia y con tanto significado para la ciudad y sus habitantes. Es un proyecto que a futuro promete abrir los ojos a los ciudadanos acerca del patrimonio arbóreo urbano que hay en la ciudad y del mismo modo generar conciencia social, ser parte de este gran proyecto es una de las mayores motivaciones para realizarlo.

### **2.2. INTERÉS Y APOORTE**

Según el investigador de la línea GRAU, el aporte es valioso, porque permite que se haga visible la investigación profesoral, que poco a poco va cubriendo las zonas de Ciudad Bosque y dándolas a conocer. También permite demostrar que a través de los conocimientos adquiridos en la Universidad Autónoma de occidente podemos realizar proyectos donde se incluya a la comunidad, es decir podemos realizar productos con un fin social.

### **2.3. INTERÉS SOCIAL**

A través del proyecto se busca crear conciencia en cuanto al patrimonio arbóreo urbano (PAU), sensibilizar a la comunidad de la ciudad de Cali que haga que los ciudadanos reconozcan y valoren cada uno de los atractivos que tiene la ciudad, creando también un sentido de pertenencia que haga crecer de manera positiva el desarrollo de la misma y la valoración de más espacios como estos, y porque no la creación también de los mismos.

### **2.4. METODOLOGIA**

La agnición Estética Inducida, plantea un proceso didáctico de reconocimiento del patrimonio arbóreo urbano. Este proceso es construido a partir del estudio de

diferentes principios de varias disciplinas que estudian el paisaje. Esta metodología se puede definir también como la interpretación de códigos y formas de reconocimiento que llegan a ser socializadas a partir de la interacción de las personas con el mundo y los diferentes escenarios con los cuales un sujeto se puede enfrentar.

La Agnición estética inducida permite el inicio de los procesos perceptivos en donde se consigue evidenciar indicios para llegar a las señales de una manera clara. Todo esto se hace posible en la medida en que el paisaje que nos rodee sea cada vez un mejor exponente dependiendo de las enunciaciones visuales y escritas que se pueden hacer de él.

Entendiendo entonces a los sujetos como enunciatarios y al paisaje como un discurso, se puede decir que los sujetos tendrían una lectura del paisaje mediante el recorrido de él, que podría variar entre lo sintáctico, semántico y pragmático, permitiéndoles reconocer los códigos que permiten general un concepto y hasta un imaginario. Estos sujetos pueden realizar esta lectura del paisaje y reconocer los códigos gracias a que a través del tiempo se han vuelto patrimonios y herencias históricas.

La presente investigación y el análisis del concepto de Agnición Estética Inducida permite a los realizadores diseñar una metodología que deja una lectura mediatizada por un discurso realizado por un enunciador que va dirigido a posibles receptores.

Siguiendo la metodología ya expuesta es evidente que dentro de la condición social humana y el lenguaje se debe inducir a otro, se debe jugar el papel de mediador entre el actor y la acción o referencia, es decir se debe de cierta forma guiar o mostrar para que el otro lo vea. Para esto se debe realizar una socialización del pensamiento que consta de una mediación entre los actores y aspectos que hacen parte de los procesos de percepción, como representaciones y referencias. Para tener referenciales generales se debe realizar una retroalimentación, sin ella sería imposible.

Se debe tener en cuenta también que las percepciones y las realidades de cada uno de los actores se pueden ver afectados por muchos aspectos como la clase social, las creencias, su elección política, educación, etc. Afectados en el sentido que estos aspectos son fundamentales en los procesos de percepción, ya que introducen en estos un orden y por consiguiente un modelo de realidad, es decir a

partir de esto los actores generan su realidad, la cual también permite que sean realidades muy aparte a la de los demás actores.

Los mediadores deben mostrar designaciones de la realidad, ya que es imposible mostrar estímulos a los actores, esperando que ellos los reconozcan, conociendo ya que todos tienen un modelo de orden, por eso se debe realizar una mediación para poder mostrar los estímulos como datos.

Adentrándonos en el tema del proyecto, tomando las zonas verdes de la ciudad de Cali como objeto, los cuales están en capacidad de generar estímulos en los habitantes, permite que se genere una mediación entre lo objetivo y lo subjetivo, es decir, a partir de esta mediación teniendo en cuenta la individualidad de cada habitante se puede introducir como un nuevo sentido a partir de datos, un nuevo orden. En este caso sería introducir el concepto y generar el reconocimiento de ciertas áreas verdes de Cali como la hacienda Cañasgordas, como parte del patrimonio arbóreo Urbano y como parte de Ciudad Bosque.

Cuando el código que se elabora por parte del mediador es estable el código y el sistema de orden que se ha creado ha funcionado, es decir a partir del sistema de orden que genera el mediador, el cual se traduce en códigos y conforman un código de referencia común, se dice que el código es estable, es decir que el mensaje y el código han sido entendidos por los receptores.

En conclusión. Como ya se había mencionado anteriormente La Agnición estética inducida (AEI) es un proceso dinámico, que tiene como base los principios teóricos desarrollados para el estudio de los paisajes, posibilitando que éstos puedan ser leídos e interpretados por sus habitantes. Esta clase de estudio se realiza y se basa en la relación que existe entre las personas y el entorno del paisaje. la agnición cognitiva es el reconocimiento estético de la ciudad pero no desde un punto muy superficial, sino por la forma en que el paisaje se muestra y genera en el espectador experiencias, las cuales sirven para que estos espacios sean vistos como parte del patrimonio y del territorio de la ciudad. También a partir de la Agnición Estética, podemos encontrar las bases sólidas para denominar a ciertas zonas de acuerdo al *Geniuss locci* teniendo en cuenta la apreciación de las personas sobre estos lugares.

En el siguiente cuadro se muestra el proceso metodológico llevado a cabo en todas sus fases, se muestran tanto niveles teóricos como prácticos.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. OBJETIVO GENERAL**

Crear y diseñar un producto multimedia para la comunidad caleña que les permita reconocer como parte del Patrimonio arbóreo Urbano la zona arbórea correspondiente a la Hacienda Cañasgordas.

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar y completar las fichas de diferentes categorías en la configuración boscosa ubicada en la zona Sur de la Ciudad de Cali, en la Hacienda Cañas Gordas.
- Determinar el <<Genius Loci>> (espíritu del lugar) de La hacienda Cañas Gordas, realizando el reconocimiento de la misma.
- Utilizar la metodología estipulada por el grupo GRAU.
- Realizar la investigación que permita elegir los datos pertinentes para la realización de la multimedia.

## 4. MARCOS REFERENCIALES

### 4.1 MARCO TEORICO

**4.1.1. Cali, patrimonio arbóreo.** Se le denomina paisaje a lo que se construye en un territorio y hace el papel de perceptor integrador, integrador de modos, símbolos, señales etc. Medios por los cuales la población habitante de este territorio se le posibilita la intervención a el entorno natural, modificándolo y convirtiéndolo en un habitat generador de nuevas experiencias a través de un entorno artificial. Por ende un territorio siempre puede ser víctima de ser re significado por los individuos que lo habitan o por un grupo social constituyéndolo como propio, es decir, marcan territorio ya sea a grandes rasgos desde lo político, como país, ciudad, vereda hasta casa, barrio etc. Convirtiendo este territorio en un hábitat.

Al marcarlo como territorio se crea una posesión del mismo, una apropiación de ese entorno natural, dispuesto a los sujetos para convertirse en artificial. La ciudad como tal o el territorio es una herencia que las generaciones pasadas van dejando a las nuevas generaciones, pero se convierte en legado desde el momento en que una persona nace en ella y cuando ya se deja para los descendientes pasa a ser una herencia. Pero como todo legado se espera que con el tiempo se convierta en reliquia y que cada modificación sea pensada como una forma de progreso y no como el fin de un legado para el comienzo de uno nuevo, pero claro está que el desarrollo de un territorio puede significar la modificación de su entorno natural tal como lo explica Fernando Chueca Gotilla.

“Las ciudades son reliquias. Es probable que la denominada ecología urbana esté ayudando a entender la enorme responsabilidad con la ciudad que tenemos todos sus moradores. Cada reconstrucción, cada proyecto arquitectónico nuevo, cada edificio demolido, cada avenida, cada zona verde, parecieran realizarse para hacer más gratificante y cómoda la ciudad de hoy; sin embargo, tales acciones van moldeando y determinando la ciudad del futuro. Las ciudades son legados y Herencias.”<sup>2</sup>

Cuando se habla de que la ciudad no debe perderse como reliquia o legado es porque las ciudades deben de conservar eso que las hace lo que desde un

---

<sup>2</sup> VASQUEZ, Rodríguez Fernando. La cultura como texto. Bogotá: Ed. U. Javeriana, 2º ed. 2004. pág. 208.

principio las determina como habidad de ciertos sujetos, deben conservar su esencia su valor destacante, “las naciones legislan sobre la protección de estas herencias del pasado, con la intención de conservar los referentes de todo aquello que constituyó o constituye la formación de una conciencia compartida sobre lo que les es “propio” y a la vez “común”, como factor de reconocimiento, como unidad dentro de la diversidad de pueblos o naciones.”<sup>3</sup>

Las ciudades también poseen patrimonios culturales y patrimonios urbanos, los patrimonios culturales son aquellos que son propios de la ciudad, expresiones propias de ese territorio, costumbres, hábitos, tradiciones, expresiones arquitectónicas, urbanas, arqueológicas, ecológicas, ambientales, musicales etc. Estos patrimonios culturales tiene mucha más reconocimiento que los patrimonios urbanos, ya que estos han sido olvidados debido a la necesidad de ponerse a la vanguardia y de estar a la altura de otras ciudades con un patrimonio urbano aparentemente mejor. El patrimonio urbano de cada ciudad hace parte de nuestras vidas, hacen parte de nuestra cotidianidad, el patrimonio urbano es un aspecto que toda ciudad tiene, los espacios públicos, los sectores urbanos, las carretas, las calles, las avenidas, los parques y algunas estructuras arquitectónicas hacen parte de ese olvidado aspecto.

En la ciudad de Santiago de Cali podemos encontrarnos con varios patrimonios culturales, algunos ya denominados con sobrenombres como por ejemplo: la sultana del valle, la sucursal del cielo, la ciudad de la salsa, feria de Cali y otros aspectos que hacen parte de los hábitos, costumbres, tradiciones como el festival del Petronio Álvarez, el festival de salsa y hasta alimentos tradicionales de la ciudad como el chontaduro, el champus, el pandebono etc. Pero se han olvidado de un aspecto muy importante dentro de la ciudad, y que hace parte del patrimonio urbano, Cali también es reconocida como una de las ciudades más arborizadas de Colombia, Cali es patrimonio arbóreo del país.

El patrimonio arbóreo que tiene la ciudad de Cali aunque no es reconocido por todos, de cierta manera hace parte de un mapa mental de cada individuo que habita la ciudad, está en la mente de los individuos ya que aunque no se tiene en cuenta, este patrimonio hace parte de la psicología ambiental, la cual permite que se generen mejores y más intensas experiencias estéticas. Al parecer muchas de las construcciones que se realizan en la ciudad ni tienen en cuenta esto, como por ejemplo con la realización del sistema masivo de transporte. En la construcción de dicho sistema no tuvieron en cuenta las zonas arborizadas de la ciudad, zonas que son reconocidas por los habitantes de cali, Mas sin embargo fueron talados

---

<sup>3</sup>. LÓPEZ OSORNO, Jaime. Reconocer el paisaje, el paisaje como legado o herencia, Macro proyecto Cali Ciudad Bosque: Universidad Autónoma de Occidente, 2008. Pag 60

más de 20 árboles para la construcción de las vías de los buses de este sistema, para realizar este tipo de modificaciones se tuvieron en cuenta las necesidades a satisfacer de los que construían y las necesidades de los habitantes, pero no pareció importante lo que pensarán los habitantes acerca de la tala de los árboles y tampoco lo iban a tener en cuenta, en Cali aún no hay una conciencia de preservación del medioambiente, las mentes de las personas todavía no ven el gran legado arbóreo que existe en la ciudad, no son conscientes de ello, por eso no les genera molestia la pérdida de estos árboles, porque en sus cabezas los árboles no van hacer que se transporten más rápido en la ciudad, pero lo que no saben es la incidencia ecológica y ambiental que la pérdida de estos árboles puede tener en el ecosistema de Cali. Es de suma importancia como lo explica Kevin Lynch en el libro administración del paisaje que “quienes gestionan el paisaje deben partir por investigar la percepción que del mismo tienen sus habitantes.”<sup>4</sup> La ciudad es de los habitantes y para los habitantes, las modificaciones siempre deben ser para mejorar pero procurando que no acaben con lo que hace a la ciudad, procurando también que no acaben con el legado que generación en generación se ha tratado de conservar.

En Cali el problema que encontramos para la preservación del patrimonio urbano arbóreo, es en primera medida el desconocimiento por parte de los habitantes de este. Para que los habitantes se apropien de este aspecto se les debe mostrar como parte de su territorio, de su habitat, buscando que se apropien de él y que en sus mentes quede la percepción de que Cali no es solo rumba, salsa, festivales etc., sino también una ciudad bosque. Los habitantes de la ciudad de Cali deben de tomar conciencia de las modificaciones que se han realizado en Cali y como han afectado las zonas verdes de la ciudad, los caleños deben de tomar como un aspecto sumamente importante este gran legado y este patrimonio, porque como se había mencionado antes, de los sujetos y grupos sociales que habitan un territorio dependen las re significaciones del mismo, y bajo la responsabilidad de estos mismo sujetos queda que en la ciudad se respete y se valore el patrimonio urbano arbóreo de la ciudad de Cali. Por eso dar conocimiento de esto es lo primero que se debe hacer para generar un cambio de conciencia en los habitantes.

**4.1.2. La experiencia del usuario a través de lo multimedia.** Se quería realizar un producto multimedia en donde se vieran involucrados los habitantes de Cali y la finalidad que era que reconocieran el paisaje arbóreo de la ciudad. Entonces para que los habitantes tuvieran acceso a esta información se les debía hacer un medio por el cual encontrarán el acceso. Se le llamaría a los habitantes sujetos o agentes sociales, al acceso de información se le reconocería como una tarea y por último a el medio por el cual harían esta tarea que se le llamaría artefacto o

---

<sup>4</sup> LYNCH, Kevin. Administración del paisaje. Bogotá: Ed. Norma, 1992.

utensilio y se buscaría una forma de enlazar los tres, el cuerpo humano, el objeto de una acción y el artefacto o una información en el ámbito de la acción comunicativa. El medio por el cual se realizaba la conexión de estos tres elementos es la interface. La interface no es un artefacto, hay que entenderlo así como lo explica Gui Bonsiepe “se debe tener en cuenta que la interface no es un objeto, sino un espacio en el que se articula la interacción entre el cuerpo humano, la herramienta y el objeto de la acción”<sup>5</sup> La interface es pues el factor constitutivo del utensilio.<sup>6</sup>

La interface debe ser un medio cognoscitivo, el cual el usuario encuentre útil para una comunicación eficiente, Las interfaces de usuario son una pieza fundamental para el acceso de las personas a los contenidos de información generales o específicos que se encuentren en plataformas determinadas, de forma sensorial y con una gran inclinación a lo visual deben generar una rápida comprensión creando una sensación de control al individuo que la utilice.

Para el desarrollo de una interfaz efectiva es necesario disminuir al mínimo la información de funcionamiento interna del sistema y anticiparse a cada reacción posible que pueda llegar a tener el usuario.

Dar al usuario caminos bien señalizados garantiza su correcta navegación sin embargo no se debe controlar constantemente porque de lo contrario no existirá margen para la exploración convirtiendo al sistema en algo monótono, el diseño de interfaz debe priorizar la libertad y el movimiento asesorando al usuario para una mejor experiencia sin embargo no se debe olvidar que “A veces es necesario ofrecer caminos bien profundos y marcados”<sup>7</sup> Especialmente para tareas poco comunes y complejas.

Las variaciones en las dimensiones de la pantalla o la plataforma son constantes, es necesario diseñar para diferentes resoluciones garantizando la máxima adaptabilidad del sistema sin generar errores en el sistema. De igual forma muchos usuarios prefieren ajustes personalizados debido a diferentes condiciones de accesibilidad asociadas a la interacción con el producto.

---

<sup>5</sup> BONSIPE, Gui, Del objeto a la interface, Mutaciones del diseño. Ediciones infinito buenos aires 8 ediciones. Pag17

<sup>6</sup> Ibid. Pag18

<sup>7</sup> Principios de diseño de interacción. GALINUS.[ en línea][consultado 3 de junio de 2013]disponible Disponible en internet:<http://galinus.com/es/articulos/principios-diseno-de-interaccion.html>



Un gran consejo al diseñar contenido es el de evitar codificación no estandarizada, esto garantiza el desarrollo de un buen producto con un excelente rango de usabilidad.

**4.1.3. El diseño de contenido.** Según Carles Dorado Perea (*maestro, psicólogo y doctor en pedagogía por la UAB*).“El Diseño de Interacción define la estructura y el comportamiento de productos y servicios para que estos resulten útiles a las personas. Esta práctica generalmente se centra en sistemas de información complejos como páginas web, software del más variado tipo, dispositivos móviles y otro tipo de artefactos electrónicos”.

Ligado al desarrollo de contenido pedagógico y coherente al desarrollo de una interfaz eficiente y de gran aceptación por el usuario no se puede descartar el impacto del contenido al que se desea acceder. Los focos de contenido corresponden a aquellos contenidos que el usuario frecuenta constantemente, la lectura desde la pantalla de un ordenador es 25% más lenta que la de cualquier impreso a raíz de esto el acto de escribir para la web debe tener varios puntos importantes a seguir. En esencia lo importante es mantener los textos siempre cortos evitando poner más del 50% de la información de la pieza impresa original, párrafos cortos con muchos cabezotes permiten una rápida navegación y ayudan a enfocar la atención del usuario. Otra técnica efectiva es la de siempre no manejar más de una idea por párrafo e iniciar con la conclusión, recursos como diagramas, formas y resaltes ayudan enormemente a una mejor interpretación del texto logrando que la información más importante no se pierda.

Las multimedios tienen la capacidad de transformar bloques de textos de grandes dimensiones en múltiples paginas lo que genera una variedad de opciones de gestión de contenido, tales como : Páginas web , Esquemas o mapas interactivos, bases de datos e hipertextos (*glosarios, ayudas de operatoria ayudas contingentes y ayudas contextualizadas*), simulaciones multimediales, videos , audios y animaciones, buscar la más adecuada debe ser un compromiso importante para que el diseño de contenido fortalezca el desarrollo del producto y no simplemente se realice la transformación de un material impreso a digital enfocado para una lectura profunda que normalmente tienen como objetivo un análisis detallado del contenido conceptual en una forma mucho menos pedagógica.

**4.1.4. La usabilidad.** Uno de los valores mayormente evaluados para el desarrollo de software es la usabilidad, después de realizar el proceso de encontrabilidad y/o recuperabilidad basado en la acción de buscar determinada experiencia o contenido muy común en motores de búsqueda se encuentra un aspecto más importante, la usabilidad.

"Usabilidad es la eficacia, eficiencia y satisfacción con la que un producto permite alcanzar objetivos específicos a usuarios específicos en un contexto de uso específico".<sup>8</sup>

A través del tiempo y con las nuevas tecnologías el factor de la usabilidad ha despertado gran interés en otras plataformas como el internet.

Hoy en día la usabilidad es un concepto que domina la web debido a que crea la relación entre los contenidos que el interesado necesita y el tiempo que le toma acceder a ellos, como gran consumidor de contenidos el usuario busca aprovechar su experiencia al máximo en un mínimo de tiempo, "Entre el 2009 y el 2020 la cantidad de información creada y replicada en el mundo alcanzara la cifra de 35 trillones de gigabytes o 35 zettabytes en todas las diferentes formas mediales en formato de voz, impresos, televisivos y radiales"<sup>9</sup> esta extraordinaria cifra revela que la diversidad de contenidos es tan extremadamente diversa que el usuario debe lograr descifrar la usabilidad de un sitio web en menos de un minuto de otra forma sentirá que es una pérdida de tiempo y recurrirá a buscar otras opciones que contengan aquello que busca.

La usabilidad web presenta una característica que lo diferencia de otras plataformas y es que solo ella es capaz de que los usuarios prueben los beneficios en un determinado producto o servicio sin haber invertido un solo centavo en él. Este factor incrementa la motivación de un usuario al acceder un producto y debe ser un factor clave para demostrar los atributos más importantes en los primeros niveles de experiencia.

**4.1.5. La usabilidad en la pantalla.** En el diseño de contenidos para plataformas digitales un factor que evita que se cometan múltiples errores en el diseño consiste en establecer el estado real de la pantalla, que define cual va a ser el espacio de información y cual el de navegación. Usualmente es posible observar interfaces de usuarios en miles de páginas web que solo utilizan el 20 % de sus pixeles para el display de información. Aplicando la regla del 80/20 se deben

---

<sup>8</sup>Usabilidad. Issco.unige.[en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet <http://www.issco.unige.ch/en/research/projects/ewg96>

<sup>9</sup> Ibid. Disponible en internet: <http://www.flowtown.com>

concentrar los esfuerzos por mantener un 80% en la información. Y un 20% en la navegación.

**4.1.6. La ley de Fitts.** “El tiempo necesario para desplazarse hasta un objetivo es una función del tamaño de dicho objetivo y de la distancia hasta el mismo”<sup>10</sup> Esta ley está diseñada para desplazamiento de objetos de forma rápida y que se realizan muy comúnmente en procesos de interacción, calcular la eficacia de movimientos fundamentales dentro de un sistema genera una positiva optimización del mismo reduciendo al mínimo el número de errores.

**4.1.7. La navaja de Ockham.** El decantamiento de atributos innecesarios con el fin de conseguir un diseño sencillo, funcional y estético aumentado notablemente la eficacia, este principio fundamental se asocia con diferentes conceptos coherentes al diseño de interacción. Google por ejemplo es catalogado como el motor de búsqueda en internet más rápido y con una simplicidad sorprendente que facilita su uso.

#### **4.1.8. La regla del 80/20.**

“En cualquier gran sistema, un elevado porcentaje de efectos viene provocado por un pequeño porcentaje de variables”.<sup>11</sup>

Si consideramos la veracidad de esta ley aplicada al diseño de interacción, usabilidad e interfaces encontramos que indudablemente corresponde a una verdad poco tratada sin embargo y coherente a los estudios sobre esta ley es posible notar como múltiples interfaces de usuario hoy en día optimizan la experiencia del usuario al manejar esta ley. Un ejemplo claro es las interfaces de Microsoft Office y sus diferentes productos.

**4.1.9 Diseño inclusivo y la accesibilidad.** Un sistema con capacidades inclusivas promueve el flujo constante de usuarios, desde la invención de interfaces interactivas de fácil manejo y navegación por medio de conceptos metafóricos similares a la realidad como el escritorio de Windows adjunto a su navegación por ventanas disminuye la complejidad al enfrentar procesos binarios.

---

<sup>10</sup> LIDWELL, William. Principios Universales del diseño. Pag 82

<sup>11</sup> Ibid. Pag 82

**4.1.10 El modelado del usuario.** Un aspecto importante al realizar diseño inclusivo es la forma en la que se va a categorizar a los usuarios, normalmente se utilizan parámetros basados en características físicas tales como edad, sexo, nivel de educación, incluso la altura pero para garantizar amplios espectros de accesibilidad y excelentes experiencias de usuario es necesario obviar alguno de estos datos e interesarse por estudios sobre la experiencia en interfaces, familiaridad con el sistema, habilidades y expectativas.

Posterior a la recopilación de datos es necesario realizar su correcto tratamiento, un método efectivo es el de dividir la información en tres patrones fundamentales tales como: conducta, objetivos y necesidades basándose en el método persona creado Allan Cooper, 'padre' de Visual Basic y presidente de Cooper Interaction Design.

Este tratamiento tiene el objetivo de utilizar dichos patrones y construir arquetipos llamados “personas” que en síntesis son descripciones de usuarios que aunque no representan a una audiencia general se convierten en la clave para una correcta gestión y toma de decisiones sobre el producto.

**4.1.11 Mejor experiencia del usuario al contar historias.** El uso de las historias como método de asociación para múltiples contenidos ha demostrado ser una forma efectiva de generar recordación, el arco común de las historias contienen un inicio, una mitad y un final y obedece un sin número de fórmulas pero la que mayor aceptación tiene es la de Joseph Campbell en la cual se integra a un “héroe” un “mentor” y una “búsqueda” para suplir todo el desarrollo de la historia, este arquetipo ha demostrado ser una excelente motivación en múltiples piezas de interacción tales como los videojuegos, presentaciones de información para sistemas, en plataformas y películas.

**4.1.12 El poder de la emoción.** Al contar historias es muy común tratar de generar experiencias a través de la narración, en muchos casos estas experiencias son del tipo emocional que afectan de forma personal a los receptores muy diferente a sus reacciones frente a una aplicación web u otro tipo de producto. Sin embargo no se deben descartar las experiencias de usuario frente a dichos productos.

Donald Norman, profesor de ciencias cognitivas y consultor de usabilidad para el Grupo Nielsen Norman cataloga las interacciones con productos y/o aplicaciones en tres diferentes niveles de diseño.

El diseño visceral consiste en nuestra reacción inicial ante un concepto, generalmente positiva o negativa.

El diseño de comportamiento se encarga de demostrar la reacción total al usar determinado tipo de aplicación o producto.

El diseño reflejado nos muestra una visión inicial de las cosas y posteriormente una muestra de nuestras reacciones e interacciones al usar determinado producto mostrando los aspectos positivos del cambio en nuestras vidas.

Conociendo esto es posible entender que existen muchas más emociones que pueden generarse a través de la implementación de las historias en estos productos y se debe resaltar la importancia de las emociones al diseñar interacciones.

## 4.2 MARCO CONCEPTUAL

**Grafía del paisaje:** se da a partir del planteamiento de las representaciones del paisaje partiendo de la agrupación de diferentes manifestaciones del entorno artificial y natural.

**Señalética:** perteneciente al diseño gráfico, actividad que estudia y desarrolla un sistema de comunicación visual sintetizado en un conjunto de señales o símbolos que cumplen la función de guiar, orientar u organizar a una persona o conjunto de personas en aquellos puntos del espacio que planteen dilemas de comportamiento, como por ejemplo dentro de una gran superficie (centros comerciales, fábricas, polígonos industriales, parques tecnológicos, aeropuertos, etcétera).<sup>12</sup>

**Configuración Boscosa:** Es la composición de plantas y animales diversos, que interactúan entre sí.

**Paisaje:** extensión de terreno, en donde se encuentra un sujeto que tiene el papel de observador (actores) y otro el papel de objeto observado (paisaje). Hay tres aspectos fundamentales a tener en cuenta: “la dimensión física (el paisaje es el territorio), una dimensión subjetiva y cultural (porción de territorio, pero sin olvidar

---

<sup>12</sup> Wikipedia. [en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet Disponible en internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Se%C3%B1al%C3%A9tica>

los valores subjetivos que la población le atribuye), y finalmente, la dimensión temporal / causal (aspecto del paisaje, resultado de la interacción entre el hombre y la naturaleza).”<sup>13</sup>

**Gráfica del Entorno:** “Los espacios artificiales urbanos, públicos y privados que construye el hombre, requieren de sistemas de señales que permitan a los usuarios abordarlos de manera rápida, segura y eficiente. El diseño gráfico participa en los entornos como un área de la comunicación visual en donde se puede intervenir mediante varios de sus géneros para dar solución a problemas de comunicación gráfica.

La gráfica del entorno es la representación en forma clara de datos, por medio de texto e imágenes. La Señalética como uno de los géneros del Diseño Gráfico que participa de ésta gráfica soluciona problemas de comunicación por medio de signos para la orientación del tráfico humano en los espacios institucionales y públicos”.<sup>14</sup>

**Patrimonio:** “Es el conjunto de los bienes y derechos pertenecientes a una persona, física o jurídica. Históricamente la idea de patrimonio estaba ligada a la de herencia. Así, por ejemplo, la RAE (Real Academia Española) da como primera acepción del término *hacienda* que alguien ha heredado de sus ascendientes”.<sup>15</sup>

**Imaginario social:** “usado habitualmente en ciencias sociales para designar las representaciones sociales encarnadas en sus instituciones. El concepto es usado habitualmente como sinónimo de mentalidad, cosmovisión, conciencia colectiva o ideología, pero en la obra de Castoriadis tiene un significado preciso, ya que supone un esfuerzo conceptual desde el materialismo para relativizar la influencia que tiene *lo material* sobre la vida social”.<sup>16</sup>

**Genius locci:** “Es un concepto romano. De acuerdo a las creencias romanas antiguas, cada ser independiente tiene su Genius, su espíritu guardián. Este espíritu da vida a la gente y a los lugares, los acompaña desde el nacimiento hasta la muerte y determina su carácter o esencia. Aun los dioses tienen su

---

<sup>13</sup> ASKASIBAR, “Tras una definición del paisaje”, Euskonews & Media, Consultado: 03/03/2011 .[en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet: <http://www.euskonews.com/001zbnk/gaia1106es.html>

<sup>14</sup> Grafica del entorno. Blogspot. .[en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet: <http://graficadelentornouaa.blogspot.com/>

<sup>15</sup> Patrimonio, Diccionario de la lengua española (vigésima segunda edición), Real Academia Española, 2001, consultado el 4 de junio de 2013 disponible en: [www.realacademiaespanola.com](http://www.realacademiaespanola.com)

<sup>16</sup> Imaginario Social. Wikipedia. .[en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet [http://es.wikipedia.org/wiki/Imaginario\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/Imaginario_social)

Genius, lo que ilustra la naturaleza fundamental de concepto. El Genius denota lo que una cosa es o lo que quiere ser, según las palabras de Louis Khan”<sup>17</sup>.

“Es el espíritu de un lugar, actualmente, el término se usa para referirse a los aspectos característicos o distintivos de un lugar”.<sup>18</sup>

**Interfaz Gráfica:** “Una interfaz es un dispositivo que permite comunicar dos sistemas que no hablan el mismo lenguaje. Restringido a aspectos técnicos, se emplea el término interfaz para definir el juego de conexiones y dispositivos que hacen posible la comunicación entre dos sistemas. Sin embargo, cuando aquí hablamos de interfaz nos referimos a la cara visible de los programas tal y como se presenta a los usuarios para que interactúen con la máquina. La interfaz gráfica implica la presencia de un monitor de ordenador o pantalla constituida por una serie de menús e iconos que representan las opciones que el usuario puede tomar dentro del sistema”.<sup>19</sup>

**Usuario:** “En informática un usuario es un individuo que utiliza una computadora, sistema operativo, servicio o cualquier sistema informático. Por lo general es una única persona”.<sup>20</sup>

**Ley de fits:** “En ergonomía, es un modelo del movimiento humano, que predice el tiempo necesario para moverse rápidamente desde una posición inicial hasta una zona destino final como una función de la distancia hasta el objetivo y el tamaño de éste. Se usa para modelar el acto de *apuntar*, tanto en el mundo real, por ejemplo con una mano o dedo, como en los ordenadores, por ejemplo con un ratón. Fue publicada por Paul Fitts en 1954”.<sup>21</sup>

**Usabilidad:** la usabilidad es la facilidad con la cual las personas pueden llegar hacer uso de una herramienta en particular o un objeto cualquiera, que tenga un objetivo concreto.

**Accesibilidad:** Es el aspecto que permite que las personas puedan utilizar un objeto, al igual que acceder a él o a un servicio. El grado de accesibilidad permite que independientemente de las capacidades de cada persona, estas tengan acceso.

---

<sup>17</sup> Genius locci. U.Nacional de Colombia. Morar#1

<sup>18</sup> ASKASIBAR, “Tras una definición del paisaje”, Euskonews & Media,.[en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet: <http://www.euskonews.com/001zbnk/gaia1106es.html>

<sup>19</sup>Interfaz. Hipertexto.[en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet <http://www.hipertexto.info/documentos/interfaz.htm>

<sup>20</sup> Usuario. Alegsa.[en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet <http://www.alegsa.com.ar/Dic/usuario.php>

<sup>21</sup>Ley de fitts. Wikipedia. .[en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet [http://es.wikipedia.org/wiki/Ley\\_de\\_Fitts](http://es.wikipedia.org/wiki/Ley_de_Fitts)

**Resolución:** este término en el contexto de la informática se refiere al número de píxeles que se muestran en una pantalla, de acuerdo a la ergonomía de la pantalla y la tarjeta gráfica

**Pixel:** “se denomina pixel a la materia física que se utiliza para diseñar en el ciberespacio, el pixel es la unidad mínima de representación, el pixel es la unidad física del ciberespacio”.<sup>22</sup>

**Semiótica visual:** Rama de la Semiología que trata sobre el estudio e interpretación de las imágenes<sup>23</sup>. La semiótica visual postula que mucho de lo que nos rodea puede constituir un signo ya que está sujeto a ser interpretado. La función del signo consiste en comunicar ideas por medio de mensajes.

**La regla del 80-20:** El principio de Pareto es también conocido como la regla del 80-20 y recibe este nombre en honor a Vilfredo Pareto, quien lo enunció por primera vez.

Pareto enunció el principio basándose en el denominado conocimiento empírico. Observó que la gente en su sociedad se dividía naturalmente entre los «pocos de mucho» y los «muchos de poco»; se establecían así dos grupos de proporciones 80-20 tales que el grupo minoritario, formado por un 20% de población, ostentaba el 80% de algo y el grupo mayoritario, formado por un 80% de población, el 20% de ese mismo algo.

Estas cifras son arbitrarias; no son exactas y pueden variar. Su aplicación reside en la descripción de un fenómeno y, como tal, es aproximada y adaptable a cada caso particular.

El principio de Pareto se ha aplicado con éxito a los ámbitos de la política y la Economía. Se describió cómo una población en la que aproximadamente el 20% ostentaba el 80% del poder político y la abundancia económica, mientras que el otro 80% de población, lo que Pareto denominó «las masas», se repartía el 20% restante de la riqueza y tenía poca influencia política. Así sucede, en líneas generales, con el reparto de los bienes naturales y la riqueza mundial.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> ROYO, Javier. Diseño Digital, Edición 03, Barcelona, Buenos Aires, México. Paidós Diseño. Pag 167-168

<sup>23</sup> Semiotica visual. Wikipedia. [en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet: [http://es.wikipedia.org/wiki/Semi%C3%B3tica\\_visual](http://es.wikipedia.org/wiki/Semi%C3%B3tica_visual)

<sup>24</sup> Principio de Pareto. Wikipedia. [en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet [http://es.wikipedia.org/wiki/Principio\\_de\\_Pareto](http://es.wikipedia.org/wiki/Principio_de_Pareto)



**Multimedia:** Es la combinación de dos o más medios para transmitir información tales como texto, imágenes, animación, sonido y video que llega al usuario a través del computador u otros medios electrónicos. La multimedia permite que el usuario aprenda rápidamente estimulando los sentidos como el tacto, el oído, la vista y especialmente el cerebro<sup>25</sup>.

“El término multimedia se utiliza para referirse a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión físicos o digitales para presentar o comunicar información. De allí la expresión multimedios. Los medios pueden ser variados, desde texto e imágenes, hasta animación, sonido, video, etc. También se puede calificar como *multimedia* a los medios electrónicos u otros medios que permiten almacenar y presentar contenido multimedia. Multimedia es similar al empleo tradicional de medios mixtos en las artes plásticas, pero con un alcance más amplio.

Se habla de multimedia interactiva cuando el usuario tiene libre control sobre la presentación de los contenidos, acerca de qué es lo que desea ver y cuándo; a diferencia de una presentación lineal, en la que es forzado a visualizar contenido en un orden predeterminado.

**Multimedia:** es una tecnología que permite integrar texto, números, gráficos, imágenes fijas o en movimiento, sonidos alto nivel de interactividad y además, las posibilidades de navegación a lo largo de diferentes documentos. Ventajas de la multimedia: Una presentación atractiva e impactante, Participación de forma activa, Información adaptada, Diferentes plataformas, La posibilidad de uso de varios idiomas”.<sup>26</sup>

**Metáfora:** “La metáfora de multimedia es aquella que facilita la aplicación y el entendimiento de una interfaz por el usuario, es el mediador entre el contenido y el usuario, se cataloga como el determinante principal de diseño en un material interactivo”.<sup>27</sup>

**Latencia:** “es el tiempo o lapso necesario para que un paquete de información se transfiera de un lugar a otro. La latencia, junto con el ancho de banda, son determinantes para la velocidad de una red”.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Multimedia. Infotic. Publicación blogspot. 2009 .[en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet <http://infotic-eml.blogspot.com>

<sup>26</sup> FRANCESC, Joan. Multimedia, digital press and journalistic genres in Catalonia and in Spain: an empirical analysis FONDEVILA GASCÓN, (2010), Número 7, pag. 81-9

<sup>27</sup> Interfaz, Wikipedia.[en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet [www.wikipedia.es](http://www.wikipedia.es)

<sup>28</sup> Latencia. Alegsa.[en línea]Argentina [consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet <http://www.alegsa.com.ar/Dic/latencia.php>

### 4.3 MARCO CONTEXTUAL

La investigación realizada por el grupo de profesores creadores del proyecto Cali Ciudad Bosque, a partir del entorno cultural y la problemática detectada han creado un contexto, el cual se entiende no solo como el entorno en el que se plantea la motivación de la investigación, sino que incluye aquello con lo cual está relacionada la situación desde donde se parte.

**4.3.1 Un hecho histórico.** El contexto del problema, tal como se dijo anteriormente arranca de la situación que se generó a partir del anuncio de la tala masiva de árboles de gran talla, a propósito de la construcción del Masivo Integrado de Occidente (MIO) y la falta de conocimiento de los diseñadores del sistema, sobre la existencia de dichos árboles, pues en la cartografía disponible, éstos no figuraban.

La reacción de un pequeño grupo de ambientalistas forzó a una negociación de carácter político, en la que se logró variar el diseño de los ejes viales del MIO, salvando al menos un centenar de los árboles amenazados. Es entonces cuando el grupo profesoral de la línea GRAU, se propone iniciar un camino investigativo que lleve a diversas tareas de visualización del Paisaje Arbóreo Urbano, pues desde la orilla del Diseño de Comunicación Gráfica, sería parte de “la solución”.

**4.3.2 Un antiguo patrimonio natural.** El entorno natural de la Ciudad de Cali, es el valle en la margen del oeste del Río Cauca, y la ladera de los cerros occidentales que lo limitan. Esta parte del valle, está comprendida entre los afluentes Pance, Lilí, Meléndez, Cañaveralejo y Cali, por lo cual también se reconoce como la Ciudad de los Cinco Ríos, entre los ambientalistas, aunque también se reconoce como futuro límite al norte de la ciudad, al Río Dapa.

La población indígena que encontraron los españoles antes de la fundación del 25 de Julio de 1936, estaba dispersa por el piedemonte de la cordillera, en las cabeceras de los ríos mencionados. Una vez dominados, la nueva población ocupa las llanuras norte y sur del río Cali, y el piedemonte de lo que hoy se conoce como San Antonio.

La riqueza forestal estaba representada por los bosques naturales de galería, que son aquellos que crecen a las riberas de los ríos. La arborización del valle vino más tarde con el Régimen de Haciendas, por el cual la naciente ciudad quedó

rodeada de estas unidades de producción agrícola: Meléndez, San Joaquín, Limonar, El Bosque, El Refugio, Pampa Linda, etc. La costumbre de arborizar a lado y lado de las vías que conducían de la pequeña ciudad a las hacienda, representó para el futuro de Cali, la presencia de los árboles que sombrean varias de las vías principales de la ciudad, especialmente en el sur y oeste de la ciudad.

En la década de 1940, se inician los asentamientos en el pie de monte, conocidos como San Antonio, San Fernando Alto, Tejares, San Cayetano, Terrón Colorado y Juanambú. En las décadas posteriores la explosión demográfica, desestabilizó el desarrollo urbanístico de la ciudad.

En la fecha actual, el área del Municipio de Cali según estudios realizados por la CVC, muestran que el uso actual y potencial del suelo en las cuencas de los ríos, zonas de la cordillera y la ladera está distribuido de la siguiente manera:

- Bosque natural 15.379 hectáreas
- Bosque plantado 517 hectáreas
- Rastrojo 2.075 hectáreas
- Vegetación Natural Páramo 290 hectáreas
- Pasto natural 8.696 hectáreas
- Cultivo Denso 305 hectáreas
- Frutales 114 hectáreas
- Cafetales y Plátano 1.055 hectáreas
- Minas y Canteras 823 hectáreas
- Recreación y Parques Naturales 626 hectáreas
- Zona Urbana 497 hectáreas.
- En total 29.877 hectáreas en uso

“De las 56.025 hectáreas que abarca el Municipio se han identificado 24.199 hectáreas con problemas de erosión desde ligera a muy severa distribuidas así: 4897 hectáreas de erosión ligera, 11.117 hectáreas de erosión moderada, 6864 hectáreas de erosión severa y 1321 hectáreas de erosión muy severa. Esta degradación de los suelos se origina por la incompatibilidad entre el uso actual y potencial lo que lleva necesariamente a la descomposición en sus elementos menores y a su alteración, presentándose las inundaciones como consecuencia de la deforestación, la remoción del suelo y alteración de los causes”.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Problemática ambiental del municipio de Santiago de Cali. Contraloría[en línea]Cali [consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet <http://www.contraloriacali.gov.co>

Luego de varias agresiones a través de la historia de expansión del área urbana, sin mayor conciencia ambiental, se talaron unas dos terceras partes del Patrimonio Urbano de Cali. Valga como ejemplo comentar, que la alameda de samanes que hoy bordea la Calle 5ª al sur de la ciudad, se prolongaba hasta el Barrio Alameda, lo que le dio nombre a ese sector, pero fueron talados desde la actual Plaza de Toros hasta el viejo Colegio de Santa Librada, donde culminaba esta serie de árboles.

La marcha de protesta motivada por los Planes del MIO en el 2005, no sólo obligó a la disminución de la tala, sino que al plan se anexó un proyecto de forestación de la ciudad, el cual contempla la siembra de 3.000 nuevos árboles. Es ahí cuando el registro del Paisaje Arbóreo Urbano de Cali cobra importancia, para asegurar y apropiar un sentido de identidad y de un posible imaginario social de Cali como una Ciudad Bosque.

**4.3.3 Una posible solución, como hipótesis a demostrar.** La intención investigativa del grupo profesoral que trazó el macro-proyecto Cali Ciudad Bosque, plantea la posibilidad de aumentar el sector de la población sensibilizada respecto al Patrimonio Arbóreo Urbano de la ciudad, y que ejerciendo sus derechos ciudadanos logró salvar parte del mismo. Entonces fue cuando los investigadores se preguntaron: ¿Cómo lograr esta sensibilización del resto de la ciudadanía?

Desde la plataforma de la Comunicación Social, es preciso iniciar estrategias de construcción de un Imaginario Social que contribuya a dicha sensibilización y llegue, utópicamente, a la toma conciencia de que el Patrimonio Arbóreo Urbano es un atributo diferenciador de la ciudad, y que por lo tanto hay que defenderlo.

Como mínimo, el macro-proyecto denominado Cali Ciudad Bosque, debía inventariar dicho Patrimonio Arbóreo, y visualizarlo de varias maneras. La investigación profesoral se dividió entonces en tres Proyectos dirigidos a tres objetivos:

- Diseñar una metodología para abordar desde el paisajismo como teoría urbana.
- Investigar los espacios arbóreos y crear de manera experimental, productos gráficos que mostraran dichos espacios.
- Implementar estrategias de educación ambiental no formal, tanto a nivel virtual como presencial.

La decisión por aceptar grupos de pasantes con alumnos de último semestre matriculados en Trabajo de Grado, se tomó pensando en encomendar a dichos estudiantes, la elaboración de productos multimedia sobre cada zona definida por los docentes, asesorados por expertos del Programa de Administración Ambiental de la propia UAO. Hasta el momento se ha dado “libertad”, a los estudiantes para que hagan sus propuestas, pues en una fase posterior, los docentes someterán a validación dichos productos, dentro la investigación profesoral.

Previamente al trabajo creativo, los estudiantes reciben una inducción a Ciudad Bosque, reciben unas pautas generales de lo que se pretende, y son acompañados por un docente investigador, sobre todo en las primeras fases de su Investigación Aplicada.

**4.3.4 La pregunta por el público.** Ante la inquietud por definir, qué tipo de público es al que apuntan estos productos, la investigación profesoral explica a los estudiantes, dos modelos teórico-prácticos, desde donde se ha enfocado este asunto, y que se tratará de explicar de inmediato.

La lógica que rige el señalamiento de aquellos a quienes van dirigidos los mensajes que son canalizados a través de los diversos productos comunicativos, obedece al criterio legado por la modernidad sobre la posibilidad del control sobre los procesos. Si bien esto es plenamente aplicable a la producción industrial, no lo es del todo en la producción cultural. De todas maneras, hoy por hoy se plantea una tensión entre dos modelos de entender la tarea de definir los públicos objetivos de los productos culturales.

**4.3.5 Modelo de públicos pretendidos.** Parte de la migración conceptual desde los conceptos que trabaja el mercadeo, hacia el trabajo de los comunicadores sociales. Según este modelo, es posible describir con la necesaria anticipación, aquel segmento de la población al cual los realizadores apuntan llegar con su producto. En dicha descripción este modelo incluye al menos tres formas de presentación de dicho segmento. Una, referida al denominado perfil demográfico, en donde se ubica en términos de ubicación social dentro de la escala de estratificación socioeconómica, más otros datos poblacionales como la edad, nivel de educación, etc. Otra segunda forma es la presentación del perfil psicográfico, en donde se busca caracterizar en términos de gustos, deseos, necesidades manifiestas y latentes de aquellos a quienes van dirigidos los mensajes. Y una tercera descripción, llamada “estilo de vida”, trata de mostrar en términos de rutinas cotidianas y usos de los productos culturales, junto con las demandas axiológicas que detrás de estos últimos pueden diagnosticarse.

Este modelo profesa la creencia según la cual, el diseño de los productos culturales, especialmente los productos que se vehiculizan a través de los medios masivos de comunicación, ha de partir del estudio de sus target seleccionados, y que sus creativos tienen la capacidad, como la del cualquier mecánico, de dar con el paso de rosca necesario para el espiral estriado de la tubería que es preciso conectar. Pero por fortuna la dinámica contemporánea de los nuevos medios, en donde se configuran las redes sociales en el ciberespacio, ha roto la lógica del control, y ha dado paso a la lógica del desbordamiento de las posibilidades.

**4.3.6 Modelo de públicos convocados.** La irrupción de las nuevas tecnologías en el campo de la comunicación, ha permitido visiones más dinámicas respecto a los públicos. Éstos no se los considera como la manada que ha de ser alimentada y conducida, bajo el control de quienes planean desde los medios, aquellos mensajes que convienen a la intencionalidad de la emisión.

Cuando se trabaja en temáticas como son la formación de competencias ciudadanas, la toma de conciencia respecto a problemas sociales, campañas en las que la movilización social que se espera sea por ejemplo el cambio de actitudes respecto a problemas de índole comunitario o de derechos humanos, la dinámica para la determinación de los públicos tiene una importante variante.

Se parte del lanzamiento indiscriminado de los mensajes que se seleccionan y diseñan sobre la presunción que los creativos tienen a partir del contacto con sectores de población que están de alguna manera integrados al mapa de sentido que sobre la problemática se ha realizado por parte de los agentes o promotores.

Los nuevos medios permiten una inmediata retroalimentación que conduce a resolver el interrogante de “¿Quiénes nos están copiando?”. Y es en el rastreo de estas respuestas en donde el ente emisor, descubre qué públicos son los que han sido convocados, o como en la metáfora bíblica de los pescadores, “¿Quiénes quedaron enredados?”. Y a partir de esa identificación, es posible continuar diversificando las ofertas en los mensajes.

Pero este modelo va más allá de reconocer el producto de la pesca. Aquí los públicos en la red, tienen también la palabra, constituyéndose para ellos, un estatuto emisor. Es decir, no son pacientes pasivos. Entran al circuito de transacciones culturales, como miembros activos generadores de sentido propio.

Una de las experiencias más cercanas, fue la última campaña presidencial del candidato Antanas Mockus en Colombia. La Agencia San Francisco<sup>30</sup>, obtuvo un récord de referencias para el cartel de la campaña, diseñadas por los públicos convocados, a la vez que jingles y otras piezas. Al tiempo que esto sucedía, los promotores fueron configurando “un perfil” de sus públicos, que por entonces el rasgo dominante era la juventud. Pero más que como edad, se definía como pensamiento joven, presente aún en gente adulta. Además la sorpresa fue la elección entre los niños, de Antanas como el mejor candidato.

Es así como funciona la lógica de los Públicos Convocados. Es por ello que siendo previsible el lanzamiento de los productos Ciudad Bosque a través de la red, el grupo profesoral se inscribe dentro de esta lógica. Si un sitio web va a ser el lugar de encuentro, son múltiples los rincones posibles que convocarían públicos diversos.

Así por ejemplo, es previsible, mas no confirmado, pues la investigación todavía no llega a ese estudio, que la posibilidad de que en el sitio Ciudad Bosque sea posible abrir documentación escrita referida al análisis técnico de las cualidades del paisaje de cada configuración urbana de las seleccionadas dentro de la ciudad de Cali para integrar todo el sistema del Paisaje Arbóreo Urbano, convocaría a los estudiosos del tema, que desde su yo-adulto asumirían su lectura, no importando su edad cronológica. Y tal como aparece en algunos de los productos multimedia realizado por los pasantes de investigación de Ciudad Bosque, la presentación de los usos depredadores del Paisaje Arbóreo Urbano de la ciudad, como el arrojo de basuras y la tala de las especies, convocaría a ese Yo-Padre enorme que poseen los ambientalistas, por el que pregonan la cultura de la conservación.

La idea de incorporar a los mapas y guías de ruta de visita a las configuraciones urbanas, el género gráfico de las Macro viñetas Animadas (¿Dónde está Javier?), convocaría por ejemplo, desde el llamado a lo lúdico, al yo-niño de los “enredados”. Esta última referencia, se toma de la Teoría del Análisis Transaccional propuesta por Eric Berne<sup>31</sup> desde la década de los 60’s, y desarrollada hasta el momento con aplicaciones a los más diversos campos de la actuación humana.

---

<sup>30</sup> Agencia de Publicidad especializada en temas de bien público.

Cuenta con nueve años de experiencia, trabajando desde la visión de Públicos Convocados. [en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet [www.sanfrancisco.com.co](http://www.sanfrancisco.com.co)

<sup>31</sup> El libro de este autor, titulado “Juegos en que participamos”, es un clásico al respecto, y puede bajarse gratis.[en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet [www.quedelibros.com](http://www.quedelibros.com)

**4.3.7 Contexto local.** Santiago de Cali, es la capital del departamento del valle del cauca, limita al norte con el municipio de Yumbo, al sur con el municipio de Jamundi, al oriente con los municipios de Palmira, Candelaria y el departamento del cauca, al occidente con el municipio de Dagua y Buenaventura. Cali es una ciudad con una bella arquitectura urbana, estos valores arquitectónicos se ven enmarcado por el cerro de Cristo rey, las tres cruces y la colina de san Antonio.<sup>32</sup> Cali tiene una temperatura media de 24 grados centígrados, precipitación de aproximadamente unos 1000 a 1100 mm, tiene también dos periodos de lluvia y dos de verano, Cali se clasifica como una zona de bosque seco tropical, lo cual incide de manera notable en las especies vegetales que crecen en esta área.

Dado a las múltiples construcciones y modificaciones que se le realizan a la ciudad, la ciudad pierde parte de estas zonas naturales, ahora no solo con la construcción del MIO, sino también con las mega obras que son más de 20 obras que se han puesto en marcha y que también a su paso van talando árboles y quitando zonas verdes de Cali. Estas zonas son importantes no en cualquier ciudad del mundo, y para su preservación y cuidado se debe concientizar primero a las personas de la importancia de este patrimonio arbóreo, por eso se inició el proyecto “Ciudad Bosque.”

**4.3.8 Contexto del Lugar.** La Hacienda Cañasgordas es una hacienda ubicada en el sur de Santiago de Cali, Colombia. Antes conocida como la *Casa Grande*, la construcción de la casona data del siglo XVIII y es un legado del periodo donde la hacienda era la actividad económica más importante del valle del Cauca.<sup>33</sup> Se dice que el nombre cañasgordas se le dio debido a sus extensos guaduales que por allí se encuentran, principalmente a la orilla del río Jamundi; pues es sabido que los conquistadores daban a la guadua el nombre genérico de caña, y por ser tan gruesa la llamaban gorda.<sup>34</sup>

La casona de la hacienda Cañasgordas tiene una gran importancia histórica para la región, ya que en ella se organizó el grito de independencia de Cali del 3 de julio de 1810, 17 días antes del episodio del florero de Llorente en Santa Fe Bogotá. La novela costumbrista Colombiana *El Alferez Real* de Eustaquio Palacios, se basa en la vida diaria de las haciendas vallecaucanas del siglo XIX y la Casona de la hacienda Cañasgordas es descrita en gran detalle. Hoy podemos saber más de ella en el museo del oro calima en Santiago de Cali. Investigaciones arqueológicas

---

<sup>32</sup> Gobernación Cali, publicaciones, Cali.[en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet: <http://www.cali.gov.co>

<sup>33</sup> SANTIAGO, Sebastián (1965). *Arquitectura Colonial en Popayán y el Valle del Cauca*. Cali: Universidad del Valle.

<sup>34</sup> HENAO BOTERO, Félix, 1899-1975 *el alferez real: novela*(crónicas de Cali en el siglo XVIII



recientes efectuadas por el Instituto Colombiano de Antropología e Historia, han mostrado una interesante relación de los espacios de la antigua hacienda (capilla y cementerios coloniales, áreas de vivienda de esclavos) con las descripciones literarias de Eustaquio Palacios.<sup>35</sup> Aunque la hacienda se ha visto deteriorada por el paso del tiempo, se encuentra en proceso de remodelación, en donde podría reinstituirse como una biblioteca, esta casona es un patrimonio histórico de Cali que a sus alrededores también alberga una gran diversidad de especies de árboles y de animales.

Dentro del Libro El Alferez Real, podemos encontrar información sobre cómo era La Hacienda Cañasgordas en tiempos pasados, en este libro describen la hacienda teniendo varios aspectos, como su extensión, su arquitectura, sus riquezas, etc.

“Cañasgordas era la hacienda más grande, más rica y más productiva de todas cuantas había en todo el Valle, a la banda izquierda del río Cauca. Su territorio era el comprendido entre la ceja de la cordillera occidental de los Andes y el río Cauca, y entre la quebrada de Lili y el río Jamundí. La extensión de ese territorio era poco más de una legua de Norte a Sur, y varias leguas de Oriente a Poniente.

El aspecto de esa comarca es el más bello y pintoresco que puede imaginarse. Desde el pie de la empinada cordillera que tiene allí el nombre de "los Farallones", se desprende una colina que va descendiendo suavemente en dirección al río Cauca, en más de una legua de desarrollo: su forma es tan simétrica, que no se observa en ella una protuberancia ni un bajío; tampoco se ve árbol alguno, ni arbustos, ni maleza, porque es limpia en toda su extensión y está cubierta de menuda grama. Podría ser digno asiento de la capital de una gran nación, y gozaría de una perspectiva tan poética y de horizontes tan vastos, como no los tiene tal vez ciudad alguna. Un templo que se edificara en la parte media de esa colina, con su fachada al Oriente, y con sus torres y su cúpula, sería un monumento verdaderamente grandioso, y su aspecto sublime para quien lo contemplara desde lejos.

Descendiendo por la colina, se ven a la derecha vastas praderas regadas por el cristalino Pance, que tienen por límite el verde muro de follaje que les opone el Jamundí con sus densos guaduales; a la izquierda, graciosas colinas cubiertas de pasto, por entre las cuales murmura el Lili, casi oculto a la sombra de los carboneros; y allá abajo, en donde desaparece la gran colina, se extiende una

---

<sup>35</sup>Hacienda Cañasgordas . Wikipedia.[en línea][consultado 30 de julio de 2103] Disponible en internet [http://es.wikipedia.org/wiki/Hacienda\\_Ca%C3%B1asgordas](http://es.wikipedia.org/wiki/Hacienda_Ca%C3%B1asgordas)

dilatada llanura cubierta de verde césped, que va a terminar en las selvas del Cauca, y que ostenta, colocados a regulares distancias, árboles frondosos, o espesos bosquecillos, dejados allí intencionalmente para que a su sombra se recojan a sestar los ganados en las horas calurosas del día.

Por todas partes corren arroyos de agua clarísima, que se escapan ruidosamente arrebatados por el sensible desnivel del terreno y que van a llevar al Cauca el tributo de sus humildes raudales. La riqueza de la hacienda consistía en vacadas tan numerosas, que el dueño mismo no sabía fijamente el número de reses que pacían en sus dehesas, aunque no ignoraba que pasaban de diez mil. Era casi tan opulento como Job, quien por su riqueza "era varón grande entre todos los orientales", antes de ser herido por la mano de Satanás. Allí había partidas de ganado bravío, que nunca entraban en los corrales de la hacienda, ni toleraban que se les acercara criatura humana.

Los toros cargados de años, sultanes soberbios de esos serrallos al aire libre, grandes, dobles, de gruesa cerviz, de cuernos encorvados y de ojos de fuego, se lanzaban feroces contra la persona que se les ponía a su alcance, lo cual ocasionaba frecuentes desgracias, principalmente en los transeúntes peatones que se aventuraban a atravesar la llanura sin las precauciones necesarias.

Además de las vacadas, había hatos de yeguas de famosa raza. Extensas plantaciones de caña dulce con su respectivo ingenio para fabricar el azúcar; grandes cacaotales y platanares en un sitio del terreno bajo llamado Morga.

En la parte alta había muchos ciervos, en tanta abundancia que a veces se mezclaban con los terneros; y en la montaña, y en las selvas del Cauca, abundante caza de todo género, cuadrúpedos y aves. Piezas bien condimentadas de diferentes animales de monte figuraban frecuentemente en la abundante y suntuosa mesa de los amos; y con más frecuencia, aunque sin condimento, en la humilde cocina de los esclavos.

De éstos había más de doscientos, todos negros, del uno y del otro sexo y de toda edad; estaban divididos por familias, y cada familia tenía su casa por separado. Los varones vestían calzones anchos y cortos de lienzo de Quito, capisayo de lana basta y sombrero de junco; no usaban camisa. Las mujeres, en vez de la basquiña (llamada follado en el país) se envolvían de la cintura abajo un pedazo de bayeta de Pasto, y se terciaban del hombro abajo otra tira de la misma tela, asegurados aquél y ésta en la cintura; y cubrían la cabeza con monteras de paño o de bayeta, hechas de piezas de diferentes colores.

La mayor parte de esos negros habían nacido en la hacienda; pero había algunos naturales de África, que habían sido traídos a Cartagena y de allí remitidos al interior para ser vendidos a los dueños de minas y haciendas. Éstos eran llamados *bozales*, no entendían bien la lengua castellana, y unos y otros la hablaban malísimamente.

A esa multitud de negros se daba el nombre de cuadrilla, y estaba a órdenes inmediatas de un capitán llamado el tío Luciano. Eran racionados todos los lunes, por familias, con una cantidad de carne, plátanos y sal proporcionada al número de individuos de que constaba cada una de ellas: Con este fin se mataban cada ocho días más de veinte reses.

Todos esos esclavos, hombres y mujeres, trabajaban toda la semana en las plantaciones de caña; en el trapiche moliendo la caña, cociendo la miel y haciendo el azúcar; en los cacaotales y platanares; en sacar madera y guadua de los bosques; en hacer cercas y en reparar los edificios; en hacer rodeos cada mes, herrar los terneros y curar los animales enfermos; y en todo lo demás que se ocurría.

Pero se les daba libre el día sábado para que trabajaran en su provecho; algunos empleaban este día en cazar *guaguaso guatines* en el río Lili o en los bosques de Morga, o en pescar en el Jamundí o en el Cauca; otros, laboriosos y previsivos, tenían sus labranzas sembradas de plátano y maíz, y criaban marranos y aves de corral: Estos, a la larga, solían librarse dando a su amo el precio en que él los estimaba, que era por lo regular de cuatrocientos a quinientos patacones. Cuando un marido alcanzaba así su libertad, se mataba en seguida trabajando para librar a sus hijos ya su mujer, y esto no era muy raro.

A la falda oriental de la gran colina que hemos descrito, estaba la casa de la hacienda, que hasta ahora existe, con todos los edificios adyacentes, casi a la orilla de la quebrada de Lili. Esa casa consta de un largo cañón de dos pisos, con un edificio adicional en cada uno de los extremos, los cuales forman con el tramo principal la figura de una Z al revés. A continuación de uno de estos edificios adicionales estaba la capilla, y detrás de ésta, el cementerio.

La fachada principal de la casa da vista al Oriente, y tenía en aquella época un gran patio al frente, limitado por las cabañas de los esclavos, colocadas en línea como formando plaza, y por un extenso y bien construido edificio llamado el

trapiche, en donde estaba el molino, movido por agua, y en donde se fabricaba el azúcar.

La casa grande en el piso bajo sólo tenía una puerta en la mitad del corredor del frente, la cual daba entrada a la sala principal, y al patio interior, a los lados de la sala había recámaras. En el piso alto, había sala, recámaras y cuartos.

Los muebles de la sala eran grandes canapés aforrados envaqueta, con patas torneadas imitando los del león, con una bola en la garra; sillas de brazos con guadamaciles devaqueta grabados con las armas de la familia con sus colores heráldicos, oro, azul y grana; una gran mesa de guanabanillo, fuerte y sólida, que servía para comer, pues en aquel tiempo las salas principales servían de comedor, y no era todavía conocida esta última palabra; en una de las esquinas de la sala estaba el aparador, construcción de cal y ladrillo, compuesto de tres nichos en la parte baja, y una gradería encima de los nichos, que iba angostándose gradualmente hasta terminar en el vértice de las dos paredes. En los nichos estaban las tinajas llenas de agua, con relieves; y en las gradas, toda la vajilla de plata y de porcelana de China, muy fina y trasparente. Esta porcelana se colocaba de manera que presentara el fondo con todos sus colores y dibujos a la vista de los espectadores: el aparador era el gran lujo de las casas ricas.

En las recámaras estaban las camas de las señoras, de grandes dimensiones, de maderas finas, bien torneadas y con columnas doradas; sillas de brazos, poltronas aforradas en terciopelo o en damasco; y tarimas con tapetes, arrimadas a las ventanas, llamadas *estrados*, en donde se sentaban las señoras a coser o bordar.

Los muebles del segundo piso eran semejantes a los del primero. En todas las piezas había cuadros de santos. Al óleo, con sus marcos dorados y con relieves, trabajados unos en España y otros en Quito, y todos de bastante mérito. Tal era, a grandes rasgos, en 1789, la hacienda de Cañasgordas, que pertenecía al muy noble y rico señor Don Manuel de Caicedo y Tenorio, Coronel de milicias disciplinadas, Alférez Real y Regidor perpetuo de la muy noble y leal ciudad de Santiago de Cali. La ciudad tenía esos títulos por cédula Real, y el mismo origen tenían los de Don Manuel de Caicedo.

Sospechamos que a ese sitio se le dio el nombre de Cañasgordas deducido de los extensos guaduales que por allí se encuentran, principalmente a orillas del río Jamundí; pues sabido es que los conquistadores daban ala guadua el nombre genérico de *caña*, y que por ser tan gruesa la llamaban *gorda*. Así se lee en la

obra del Padre Fray Manuel Rodríguez, jesuita, hijo de Cali, publicada hace dos siglos y titulada *El Marañón o Amazona*".<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Henao Botero, Félix " el alférez real: novela (crónicas de cali en el siglo XVIII)"  
Publicación digital en la página web de la Biblioteca Luis Ángel Arango del Banco de la República.  
disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/historia/viajes/indice.htm>

## 5. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS REFERIDOS A LAS CUALIDADES Y ASPECTOS DEL PAISAJE

“Hasta ahora se ha definido aquí el paisaje urbano como la resultante formal de las interacciones sociales, en función de la satisfacción de sus demandas existenciales y axiológicas. La ciudad emerge como soporte o contexto del texto (tejido) que tales interacciones sociales crean. Cada edificación, cada vía o ducto, cada paso peatonal, cada espacio abierto o cerrado, articulan una gramática del espacio, que como texto, es leído (recorrido) por los pobladores que la habitan y modifican constantemente su estructura. Ese discurso del espacio urbano, directa representación plástica de la formación social, es interpretado desde la semiótica del espacio, como *gráfica del entorno*. Desde la óptica de los semiólogos, la ciudad deviene en texto espacial, integrando a la vez sus diversos contextos sociales, políticos, económicos. El estudio de la ciudad-texto, se estructura en las variables: sintáctica (ordenamiento de los elementos espaciales), semántica (el significado de tales configuraciones) y pragmática (las prácticas sociales que genera entre los usuarios)”.<sup>37</sup>

### 5.1 LAS ESENCIAS DEL PAISAJE URBANO

Las consideraciones anteriores permiten plantear cuatro diferentes maneras de interpretar el paisaje urbano como patrimonio perceptual, a través de 5 miradas que permiten definir e interpretar las esencias del lugar. En este punto vamos a definir 4 de estas esencias, la 5 estará definida en el punto 5, se le da más trascendencia a esta esencia, ya que de ella se descarrilan más procesos.

**5.1.1. Primera esencia: La presencia invocadora.** Se trata de la constatación de los elementos que componen el conjunto. Es un registro a la vez general y específico de lo hay en el lugar. Su captación se logra mediante la mirada que rastrea desde el detalle hacia el conjunto y viceversa.

Es la mirada que da cuenta de la **gramática** del espacio, en tanto formas del conglomerado de elementos allí presentes.

---

<sup>37</sup> LÓPEZ OSORNO, Jaime. Reconocer el paisaje, Diseño de un protocolo para la agnición estética inducida del paisaje urbano, Macro proyecto Cali Ciudad Bosque: Universidad Autónoma de Occidente, 2008. Pag 142

El resultado es la corografía del lugar, en tanto descripción de sitios, presencia y ubicación de actores, que invocan la memoria del observador para conocerlo o reconocerlo.

Se registra en mapas tanto físicos como mentales del lugar, que ayudan al observador que habita el paisaje a orientarse, ubicarse y localizarse. Viene de la tradición geográfica clásica, en donde la presencia ubicada de fenómenos físicos era la propuesta.<sup>38</sup>

Esta esencia vendría a ser definida como el estudio de la Corografía del paisaje que se está estudiando.

**5.1.2. Segunda esencia: La apariencia provocadora.** Se trata de los atributos formales de la presencia, en cuanto las características del lugar que provocan la representación cognitiva en el observador, como un todo que integra elementos en componentes, y estos en unidades. Es la apariencia misma del lugar<sup>39</sup>.

Es la mirada que da cuenta de la sintaxis u organización del espacio, en tanto formas articuladas cuantitativa y cualitativamente.

El resultado es la escenografía del lugar, en tanto conjunto de variables de contornos, colores, texturas, tonalidades, ritmos, proporciones, etc. que provocan representaciones cognitivas imaginables. Es la “seemliness” de Lynch, traducida como “decoro del lugar”.

Viene de la tradición que brota desde la arquitectura y el paisajismo al servicio del poder central. Se reconoce como el “Espíritu de Versalles”, por el cual, los reyes absolutistas recreaban el paisaje para su contemplación y el esparcimiento de los cortesanos. De tal raíz se generó la construcción de parques o lugares monumentales, constituyendo luego todo un movimiento urbanista llamado *beautiful city*<sup>40</sup>. Este esfuerzo profesional ha alcanzado, últimamente, otros escenarios más corrientes: proyectos de vivienda, nuevas ciudades dentro de la ciudad, ciclovías, áreas de renovación urbana, etc.

---

<sup>38</sup> Ibíd. Pag 143

<sup>39</sup> Ibíd. Pag 123

<sup>40</sup> El movimiento norteamericano *beautiful city* floreció en tiempos en que los miembros de las clases altas todavía tenían algún control sobre las políticas urbanas, de modo que podían reflejar en ella sus gustos.

Esta parte sería el estudio de la escenografía del paisaje de la Hacienda Cañasgordas.

**5.1.3. Tercera esencia: La vivencia evocadora.** Se trata de aquel sentido que el sujeto observador le atribuye al paisaje, desde las evocaciones de sus vivencias anteriores integrándolas a su actual vivencia.<sup>41</sup>

Es la mirada que da cuenta de la semántica del espacio, en términos de Eco. Y a la vez, corresponde a la “Sensory Quality” de Lynch, quien admite una especie de “vuelta al espíritu del buen salvaje”, cuando la especie homo investía su entorno de significados simbólicos, sacralizándolo todo.

Esta mirada se nutre del concepto de silvicultura, creado a propósito de “la vuelta al espíritu del buen salvaje”, y con el propósito de promover el descubrimiento y uso de espacios silvestres para la recreación masiva. Se inicia en los Bosques del Estado, y se traslada a la urbe, con la tendencia a preservar los entornos naturales, resultantes tanto de la intención conservadora de los románticos, como del residuo de acciones de la industria constructora. En ambos casos, se ha trabajado bajo la razón instrumental, en procura del esparcimiento de los pobladores.

Es el ámbito en el que surgen las tendencias vistas anteriormente como “la ciudad y sus fantasmas” de Armando Silva y su “ciudad imaginada”. Se agrega todo ese universo de sentidos que proponen los impulsores de ese horizonte de estudio que hemos denominado en el Capítulo IV como “Poética del Espacio” y el de aquel otro llamado la “Ciudad Sensorial” del Grupo Caracas.

Esta sería la esencia sensorial, este estudio al igual que los anteriores se realiza con la ayuda de unas tablas para determinar los aspectos importantes de cada esencia<sup>42</sup>.

**5.1.4. Cuarta esencia: La experiencia convocadora.** Se trata de la acción que promueve el espacio entre los actores. Acciones que necesariamente son interacciones sociales de los más variados tipos.

---

<sup>41</sup> Término introducido en la filosofía por Ortega y Gasset, para designar la acción de vivir.

<sup>42</sup> LÓPEZ OSORNO, Jaime. Op.cit. Pág. 144



Es la mirada que desemboca en la dimensión pragmática del percepto paisaje por la cual la impresión sobre el individuo, le convoca a una acción, pasando de la vivencia estética, a una experiencia ética, en cuando comportamiento.

Tiene que ver con la metodología propuesta por los Situacionistas que invitan a la “deriva urbana”, para superar las rutinas de consumo, rescatando al nómada como patrón arcaico.

Es la “interactive quality” planteada por Lynch, donde la impresión sensible de un ambiente pasa, de ser un problema de efecto estético, a un problema de experiencia estética. Se trata de una propuesta donde el elemento central es el proceso interactivo de la percepción, importando tanto los rasgos sensibles del ambiente, como las capacidades, valores y situaciones de quienes los captan y reaccionan a ellas. Esto es, tienen una experiencia del ambiente.

La pertinencia pues del tema-problema que aquí se plantea, se dirige a la investigación de las posibilidades de significación del entorno urbano, en correspondencia al argumento “interactive quality”, por el que la aplicación de principios conjugados de las disciplinas que posibilitan la creación de experiencias estéticas con el espacio de la ciudad (urbanismo, arquitectura, historia, diseño gráfico, educación ambiental, pedagogía y didáctica, etc) ofrece una alternativa consistente y posible, hacia la recreación de la conciencia ciudadana de los caleños<sup>43</sup>.

---

<sup>43</sup> Ibíd., P 145

## 6. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS REFERIDOS

### 6.1. COROGRAFÍA DEL HÁBITAT (CH)

Figura 1. Mapa Zona de Ubicación



**6.1.1Factor CH1 Ambiente.** La Hacienda Cañasgordas está ubicada en la zona sur de la ciudad de Cali, allí se encuentra en una zona campestre rodeada en su mayoría por instituciones educativas, tanto colegios como universidades. Su entrada principal se encuentra por la vía Cali Jamundí. Actualmente la Hacienda está en proceso de reconstrucción, ya que se encontraba en proceso de remodelación pero por falta de presupuesto se detuvo este proceso. La hacienda conserva todavía sus grandes predios, su flora y su fauna, pero se encuentra carente de atención y por esto se debe su gran deterioro. A la hacienda Cañasgordas la atraviesa una quebrada.

Dentro de los predios de la hacienda se encuentran animales domésticos y no domésticos. La gran cantidad de árboles hace de esta hacienda un lugar fresco y

con bastante sombra, es un lugar donde, casi se escucha el sonido del tráfico a pesar que está rodeada por dos carreteras muy transitadas ya que esta adentrada en el campo, se puede respirar aire puro. Algunas veces cuando es temporada de mangos el ambiente puede tornarse incomodo por los mangos que se pudren en el suelo y por los desechos que dejan las gallinas y la descomposición de animales que yacen en este campo.

**6.1.2 Factor CH2 Entorno.** En la hacienda se nos permite ver gran extensión de tierra, ya que la hacienda se encuentra ubicada en un llano, en donde participan de este paisaje, animales, vegetación, edificaciones y hasta una quebrada que atraviesa la Hacienda, trayendo con ella variedades de animales, como el tapir, renacuajos y hasta pequeños peces. El entorno se ve limitado ya que es un paisaje cerrado, debido a su misma flora, a través de ella no se puede ver más allá. Y lo que se alcanza a apreciar son construcciones de vivienda.

**6.1.3 Factor CH3 Actores.** La Hacienda Cañasgordas posee amplia variedad de flora, que comprende gran cantidad de árboles. Es carente de arbustos sotobosques, setos y posee pocos jardines. En cuanto a la fauna, este sector alberga animales como hormigas, mariposas, ardillas, guatines, gatos domésticos, guacharacas, chicharras, chuchas, pájaros (carpinteros, torcazas, aguiluchos, ) y perros domésticos.

La especie arbórea que gana por su mayoría de ejemplares dentro de la hacienda es el Samán, no solo por la cantidad que hay, sino también por los grandes espacios que esta especie ocupa dentro de la Hacienda. Dentro de la hacienda también podemos encontrar especies de árboles como chiminangos, árboles de mango, acacia, árbol de guadua, limonero, Naranja, guayabo, higuerones etc.

El ingreso a la hacienda es Gratuito, pero no es regular. Es decir, el ingreso a la hacienda se debe programar con el dueño de los predios. A la hacienda pueden ingresar las personas de cualquier edad y de cualquier sexo y cualquier raza.

**6.1.4 Factor CH4: Amoblamiento.** La Hacienda se encuentra conformada actualmente por varias edificaciones, una de ellas que es la más grande y es la central, que jugaba el papel de casa. Alrededor de la edificación principal se encuentra un trapiche y también un cementerio, para poder entrar en la hacienda en sí, se debe pasar por dos barreras, la primera que está al borde de la carretera

y la segunda que se encuentra más cerca de la casa principal, estas barreras están hechas artificialmente, uno con rocas y otras con alambres de púas.

Varias de las edificaciones mencionadas no se encuentran en buenas condiciones, se conoce de su existencia por los documentos que relatan la historia de esta hacienda.

Dentro de la casa principal se encuentran algunos muebles que son para el uso de las personas que habitan en ella. El único mojón natural que se encuentra es la desembocadura del río Meléndez que atraviesa un lado de la Hacienda. Dentro y por fuera de la Hacienda carece de señalización con respecto a ella, solo tiene un letrero que dice Cañasgordas.

## **6.2 CUALIDAD ESCENOGRÁFICA (CE)**

**6.2.1 Factor CE1 Variación espacial.** Debido a que la Hacienda Cañasgordas está casi cubierta totalmente por árboles los espacios abiertos y cerrados oscilan en un grado medio. Las variaciones en las alturas artificiales y naturales son bajas ya que son mayores las variaciones dentro de lo natural y dejan en segundo plano lo artificial. Entre los pisos duros y blandos la variación está determinada por pequeños caminos que se han marcado con el paso del tiempo, ya que ningún camino está determinado con sementó u otro material artificial, esto da la libertad para los visitantes de poder tomar cualquier dirección.

La sombra natural están en la mayoría de las partes de la hacienda, ya que es muy poco el territorio que no se encuentra habitado por árboles, Gran parte del día se puede disfrutar de una gran sensación de frescura. Los alrededores de la hacienda, en cuanto a la flora no se ven intervenidos, pareciera que cada día estas especies que hacen parte de este patrimonio arbóreo se hicieran notar más al hacer que sus colores contrasten entre sí, haciendo una gama de verdes que llame la atención de todo aquel que visite la hacienda.

**6.2.2 Factor CE2 Visualidad.** La Hacienda Cañasgordas, está ubicada en una zona la cual se ve rodeada por instituciones educativas y urbanizaciones. Desde la zona en la que está ubicada se puede ver a sus alrededores estas edificaciones, es decir se puede apreciar a larga distancia lo que la rodea. Dentro de la hacienda se pueden distinguir los límites de su terreno, los cuales se marcan con alambres de púas. Los parámetros artificiales que se aprecian es la casa que

está dentro de los predios de la Hacienda y el trapiche. La flora es el protagonista en este terreno, los enormes samanes son los dueños del espacio en este terreno y hacen que los parámetros artificiales queden en un segundo plano.

**6.2.3. Factor CE3: Intervención ordenada.** En la Hacienda Cañasgordas, la previsión de franjas de flora de color y de barreras naturales podría decirse que es nula, mientras que la previsión de franjas de follaje verde son en su gran mayoría las más perceptibles. La previsión de barreras artificiales son las más altas, ya que todas las barreras que hay dentro de la Hacienda son artificiales.

**6.2.4 Factor CE4 Flujos y actividades de actores.** En la Hacienda Cañas gordas, la diversidad de actores es baja, ya que el ingreso a este territorio no es tan fácil, no solo porque no es publica, sino también por su ubicación. Por ende la densidad de los usuarios no es alta. La intensidad de la recreación pasiva es media, ya que aun así cuando es un recorrido natural se vuelve monótono ya que el terreno es extenso. Como el ingreso es restringida y La Hacienda no se utiliza para otros fines, la intensidad de la recreación activa es nula.

### **6.3 CUALIDAD INTERACTIVA (CI)**

**6.3.1 Factor CI1 Interpretación de los atributos del lugar.** En la Hacienda tiene una condiciones ruinosas altas, las construcciones que están dentro de ella están en mal estado, podría decirse que a punto de convertirse en ruinas, La escala sensorial del lugar puede catalogarse como alta, pero en ciertos días, por ejemplo en los fines de semana es más alta ya que se escuchan menos ruidos de los vehículos que pasan cerca a la hacienda. También la escala sensorial se puede ver afectada, ya que en la hacienda se pueden encontrar restos de basura, huesos de animales, etc. Lo construido allí, hace parte de la historia de la Hacienda, pero aun así, se ve opacado por su desgaste y porque la fauna es mucho más abundante y protagónica en este terreno.

**6.3.2 Factor CI2 Generación de sentidos asociados.** Se genera de manera media un sentido de nostalgia, al ver las construcciones dentro de la Hacienda tan deterioradas y sabiendo la gran historia que hay de esta Hacienda. El descuido al cual se ha sometido este patrimonio cultural solo da como resultado una casa que se desvanece con el tiempo. Genera más nostalgia aun, saber que su terreno está enriquecido con grandes árboles, frondosos y llenos de aire puro. Debido al poco

recorres de las personas este terreno se genere el abandono y la densidad de los actores y la oportunidad de coaccionar sea casi que nula por ende la multisensorialidad, al no tener quien la experimente en este lugar se hace también nula.

**6.3.3 Factor CI3 Experiencia sinestésica.** El grupo de investigación evaluó esta experiencia y se concluyó que el ingreso a este territorio genera como primera medida asombro, ya que los árboles que se ven son realmente majestuosos a partir del inicio del recorrido se genera en todos una expectativa que se va convirtiendo en búsqueda, las personas quieren seguir recorriendo para encontrar algo más asombroso de lo que ya están viendo, luego se podría decir que se llega a un punto en donde toda esa experiencia sinestesia se va convirtiendo en algo neutro que da como final a la experiencia una sensación de bienestar.

## **6.4 CUALIDAD SENSORIAL (CS)**

**6.4.1 Factor CS1 Fisiografía.** En la Hacienda Cañasgordas hay una gran presencia de flora. La fauna habitual se compone por ardillas, mariposas, hormigas, perros, iguanas, vacas, gatos etc. La fauna pasajera son, torcazas, aguiluchos, garzas, pellares, guatines. La geomorfología de la Hacienda Cañasgordas es plana, debido a su gran cantidad de árboles se genera un gran área de sombrío natural, la presencia del agua es perceptible, ya que una quebrada atraviesa los terrenos de la Hacienda.

**6.4.2 Factor CS2 Arquitectura.** Dentro del terreno de la Hacienda se encuentran dos edificaciones grandes, la casa y un trapiche, estos se encuentran en muy mal estado, pero debido a que son las dos únicas edificaciones se hacen notorias frente a tanta flora que las rodea, pero estas construcciones pierden rápidamente la poca notoriedad que tienen al enfrentarse a tan grande exposición de tonos verdes que genera la flora, no se ve presencia de alumbrado.

**6.4.3 Factor CS3 Imbricación perceptiva.** En la Hacienda se reciben señales culturales de parte de la casa y el trapiche. Se pueden llegar a percibir olores desagradables, pero la mayoría del tiempo por ser una zona con mucha naturaleza se puede percibir olores agradables. El aislamiento visual se debe a lo

alto de los árboles y a la cantidad de ellos, pero solo para algunas direcciones. Las brisas son medias, también el calor y el frío.

**6.4.4 Factor CS4 Vivencia del lugar.** En la Hacienda Cañasgordas debido a la poca movilización de personas la dinámica es muy baja, en este lugar no se realizan actividades ni se le da un uso propicio a los predios, al ingresar a la Hacienda se percibe que todo lo que está allí hace parte de una historia, pero no hay nadie quien la cuente.

## 7. DETERMINACION DEL GENIUS LOCCI

El “*Genius Loci*” es un término que refiere a el espíritu de un lugar determinado, en este caso, lo utilizaremos para describir la identidad o personalidad de un sitio, más específicamente: la Hacienda Cañasgordas; Para la realización de la tarea de sustraer detalles respecto a el espíritu de esté lugar, realizaremos los análisis pertinentes a las esencias mismas del lugar, anteriormente nombradas.

Una vez realizada la investigación para la obtención de datos, se pueden determinar características que, a partir de estas, podremos definir cuáles serán los rasgos y/o datos más relevantes obtenidos a posteriori del análisis , que utilizaremos como referentes para la búsqueda y definición del Genius Loci: sus características más sobresalientes que permiten moldear la personalidad que identifica al lugar.

La Hacienda Cañasgordas hace parte no solamente del patrimonio arbóreo de Cali, sino también del patrimonio histórico. Para determinar el Genius Loci, decidimos basarnos en características que no tuvieran que ver en un primer plano intrínsecamente solo con la forma física del lugar, ni con la línea de límites dentro del mismo. Podremos decir, que al ingresar a la hacienda Cañasgordas se empieza a respirar historia; Este recorrido se empieza con un objetivo: estudiar la flora que hay en este territorio, pero, a medida que se avanza dentro de la zona, ese objetivo se va transformando en búsqueda, en este sentimiento de exploración que se puede ver reflejado en el momento, en que gran parte del colectivo de visitantes a está hacienda, no le es suficiente ver solo una zona de este amplio territorio, sino que se ve tornando casi que en un llamado, una necesidad que busca ser satisfecha, que solo puede ser saciada cada vez que se logra incursionar más en estas tierras, cada árbol pareciera que guardara secretos y es así, cada árbol ha sido testigo de los acontecimientos que en la Casa Grande ( como solían llamar a la hacienda Cañasgordas hace un par de siglos atrás) han venido sucediendo desde tiempos remotos, desde su construcción como hacienda productora y procesadora de derivados de la caña y la minería , brindadora de hospedaje para cientos de esclavos que surcaron sus tierras y también, para sus dueños, poderosos lugartenientes de la Colonia y sus posteriores generaciones, enfrentando luego, lo que podrías denominar como un proceso de desalojo, de desarraigo y olvido por parte de muchos hasta nuestra actualidad en esté, S. XXI.

Casagrande o la hacienda Cañasgordas, dispone dentro de la reconfiguración urbana de ciudad actual, un espacio alterno de carácter privado (pero el carácter actual del territorio de la Fundación Cañasgordas, [como es denominada



actualmente la hacienda], no es un inconveniente, ya que cualquier persona puede incursionar en ella, claro está, con su debido permiso) para la recreación y turismo.

Teniendo en cuenta lo anterior, definimos a La Hacienda Cañasgordas, como un Parque Natural e Histórico, ya que, aunque no es una gran extensión de terreno, al adentrarse en estos predios se puede sentir la sensación de estar aislado de la ciudad, de estar rodeado únicamente de vegetación, puede sentirte casi que instantemente en un ambiente alejado del ritmo mecánico y agobiante de la ciudad, algo más natural, en un parque natural en donde el hombre a pesar de haber intervenido con edificaciones, no ha atentado contra la integridad de las flora y la fauna que allí habitan.

Al estar dentro del territorio, podemos ser partícipes de un bello detalle, algo así una como gran sombra, casi que pareja y uniforme, resultado de la trama generada por el entrecruzamiento de las ramas altas de las copas de los árboles, cuya sombra cubre casi la mayor parte del territorio, incluyendo la casa grande y demás edificaciones, por eso, después de todo el estudio realizado, creemos que allí se respira aún historia, una historia tan grande como la misma sombra, La sombra que habita y conserva Casa Grande.

## 8. CRITERIOS PARA EL DISEÑO DE LOS PRODUCTOS GRAFICOS

El producto final de este proyecto consta de varios elementos reunidos para la percepción audiovisual, con el objetivo de mostrar la información obtenida y desarrollada durante el proceso de investigación, y construir un material que juegue el papel de mediador pedagógico entre la ciudadanía y su Conocimiento del Patrimonio arbóreo de La ciudad de Cali.

Por lo anterior, se debe tener en cuenta que se deben tener algunos elementos necesarios para que entre el producto y el usuario la comunicación sea efectiva y cumpla con los parámetros que permitan identificar su nivel de usabilidad.

### 8.1. RACIONAL DEL IDENTIFICADOR VISUAL

La concepción final del logo es una forma básica de cuadrado, Aparece inscrita la palabra CALI, delimitados por los tallos de estructuras arbóreas que rematan con un conjunto ramificado entre la unión de círculos. El concepto que se maneja es la presencia del patrimonio arbóreo de la ciudad de Cali. Un rectángulo negro enmarca los elementos anteriores para darle unidad, aislándolo de los variados fondos, y resaltando el azul celeste, el verde y el blanco del paisaje que allí se encierra.

**Figura 2. Logo Ciudad Bosque**



## **8.2 CONCEPTUALIZACIÓN: MARCA Y SUBMARCAS “A LA SOMBRA DE LA HISTORIA” HACIENDA CAÑASGORDAS**

**8.2.1 Marca Gráfica.** A la sombra de la historia, Hacienda Cañasgordas. Como primera Medida se investigó sobre la historia de la Hacienda Cañasgordas, sobre los cambios que ha tenido a través de los años y los cambios que podría presentar Hacia el futuro. Sumamente importante pensar en un identificador visual que se centre en un todo y no solo en un aspecto de la Hacienda. Después de la investigación realizada por el equipo dentro de los predios de la Hacienda se tomó en cuenta todo lo que allí se encontraba sobretodo el contraste que había entre la flora, la fauna.

La definición de la marca grafica de esta multimedia se determina bajo el concepto de lo natural y lo histórico. Después del análisis y de la retroalimentación de los datos recolectados para la realización del identificador visual se van dando varios resultados, como primer resultado se da el nombre de la multimedia “A la sombra de la Historia, Hacienda Cañasgordas”. Se llega a este nombre por el análisis que se realiza al identificar el Gennius lucci.

**8.2.1.1 Logotipo.** Para la creación de toda la parte grafica de este proyecto como ya se había mencionado, se tuvo siempre muy en cuenta la historia que la precede y la naturaleza que hace parte de este extenso territorio. La marca Grafica con tipografía prediseñada quiso mostrar a partir de una fuente y de los colores empleados lo que es la hacienda Cañasgordas, mostrar en el logotipo a través de colores esa característica histórica que tiene sus estructuras y también mostrar la parte natural. Como antes se había mencionado, también se buscaba dar a conocer un poco del contraste que se puede distinguir entre la historia representada por infraestructuras y la naturaleza representada por los árboles, en el logotipo ambos aspectos representados con colores.

Dentro de la composición del logotipo se pueden observar unos trazos en tonos verde, estos trazos representan la naturaleza que se encuentra dentro de la Hacienda, se alcanzan a observar algunas partes de árboles, como hojas tallos, pero se busca la manera de que no sea algo plano o cuadrado y q muestre dinamismo, también se resalta el nombre del proyecto creando un contrasté llamativo.

**Figura 3. Tipografía prediseñado del Logotipo**



**8.2.1.2 Tipografía. Adobe Caslon Pro.** La Tipografía del Siglo XVIII se caracterizó porque los caracteres tipográficos dejaron de ser meras copias de unas escrituras u otras y se convirtieron en formas autónomas sujetas a desarrollo tanto artístico como intelectual.

El siglo XVIII fue testigo del florecimiento de la tipografía en Gran Bretaña. William Caslon (1692-1766) era inicialmente armero, pero cambió el grabado de las culatas por la talla de punzones para tipografiar encuadernaciones y de aquí pasó a tallar los famosos caracteres que todavía hoy se usan. Sus modelos fueron los mejores tipos holandeses del Tipografía Siglo XVIII.<sup>44</sup>

Se elige esta fuente para representar de esta forma también un aspecto importante dentro del proyecto, La historia como se ha venido mencionando, es uno de los conceptos que se tuvieron en cuenta para el diseño de la interfaz, la

---

<sup>44</sup> Tipografía Siglo XVIII. Museo de artes graficas.com.[ en linea][consultado 3 de junio de 2013]  
Disponible en internet: [http://www.museodeartesgraficas.com/typografia\\_siglo\\_xviii.html](http://www.museodeartesgraficas.com/typografia_siglo_xviii.html)

fuentes Adobe Caslon Pro es una fuente que nace en el siglo XVIII, siglo del cual también data la Hacienda Cañasgordas, ambas fueron parte de la historia desde diferentes campos pero surgieron en el mismo tiempo. La Adobe Caslon Pro es una tipografía que logra dar y mostrar en su forma y terminaciones un toque clásico y elegante que logra traer a la mente tiempos pasados.

Esta fuente hace parte de la familia de las romanas Antiguas las cuales se caracterizan por tener serif, terminaciones agudas y de base ancha, trazos variables y ascendentes finos y descendentes gruesos, un peso y color intenso en su apariencia.

**8.2.2.3. Esquema Cromático.** Para la selección de los colores tanto de la Multimedia como del logotipo, se tuvo en cuenta aquellos que se relacionaran con los colores que mantuvieran una temática natural e histórica. Es decir se mantuvo una línea gráfica en donde los colores mostraban los conceptos de naturaleza y de historia. Se eligió un concepto entre los dos que fuera el concepto dominante, para luego pasar a expresarlo dentro de la composición de la multimedia a partir de color, este concepto dominante fue Naturaleza, el cual dentro de la composición se muestra con la utilización no solo de colores verdes, si no con texturas que muestran ciertos elementos que hacen parte del ecosistema de la Hacienda. El color subordinado que se utilizó fueron los colores tierra y el de acento el blanco, el blanco para llamar la atención del usuario a textos importantes dentro de la multimedia.

Para el logotipo se utilizaron colores cafés y colores verdes. Los colores verdes representaron la naturaleza y los colores café la parte histórica.

## **8.3. MULTIMEDIA**

**8.3.1 Definición y estructuración de la metáfora de navegación.** Para la realización de este producto multimedia se tuvo en cuenta todos los aspectos que rodeaban a la hacienda Cañasgordas, aspectos tanto históricos, arquitectónicos, naturales etc. Después de la investigación que se realiza en la hacienda Cañasgordas a través del recorrido por su territorio y el estudio de los datos obtenidos se llega a la conclusión que dentro de la multimedia no solo se le puede dar importancia a la flora y la fauna. La historia de la hacienda Cañasgordas hace parte del patrimonio histórico de la ciudad de Cali y de Colombia, ya que fue una de las haciendas más importantes en el valle del Cauca y en ella se dio lugar a grandes acontecimientos como por ejemplo el grito de independencia de Cali.

Esta multimedia se diseña para que los usuarios puedan relacionarse de forma dinámica y experiencial con el entorno investigado desde un punto de vista histórico y natural, se realiza una multimedia en equilibrio con los dos conceptos. Basados en el dinamismo propuesto, la interfaz a la cual el usuario se va a enfrentar contiene una metáfora gráfico visual que permite al usuario entender la información, ya que genera contexto en el usuario, permitiendo una asimilación directa entre el concepto y la información planteada. La metáfora que se utiliza es la asimilación de un nuevo lugar pretendiéndose desde el escritorio de cualquier casa, es decir, no importa el lugar donde se vea la multimedia, siempre se va a ver desde un escritorio, en donde la cantidad de información recogida y el proceso de investigación va a parecer de todos, la metáfora permite que las personas se vean como una persona que vera resultados, por eso todo sucede desde un escritorio donde se encuentran documentos de la investigación. En la mayoría de las instancias se muestra la información como si estuviera en un libro, siguen la metáfora anterior mencionada.

**8.3.2 lineamientos de diseño y diagramación.** Se establecieron y relacionaron algunos conceptos de diseño editorial de estos para concebir los ejes estructurantes del diseño de la interfaz desde este mismo ámbito. Se utilizó una diagramación simple, ya que la multimedia era pensada como algo dinámico en el cual el movimiento de los textos y demás elementos no tuviera obstáculo, por eso la diagramación se basa en cuadrículas de dos y tres columnas dependiendo del momento en la interfaz y del contenido que tenga que mostrarse.

**Figura 4. Menú Principal**





Dentro de la multimedia se encuentra un menú, que consiste en Ubicación, especies arbóreas, especies animales, historia de la Hacienda y una instancia interactiva (juego de preguntas). Aparte de este menú, siempre al estar en cualquier instancia, el menú estará presente y el usuario podrá desplazarse desde cualquier instancia a cualquier otra.

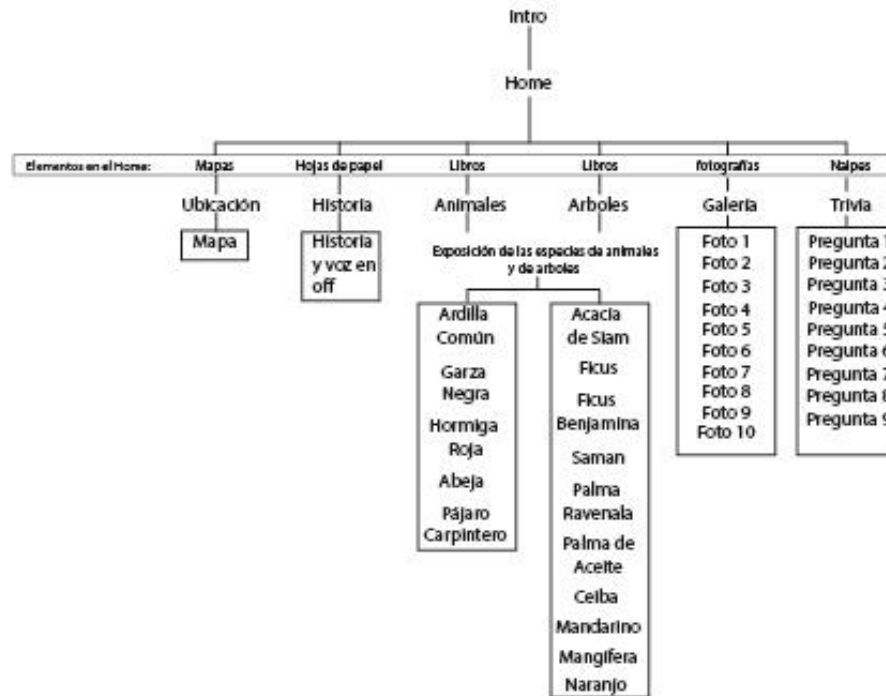
**8.3.3 Graficación e información de especies y fauna.** En la diagramación de la información de animales y plantas se utilizaron las retículas anteriormente mencionadas, se buscó la forma de realizar una composición llamativa y dinámica, puesto que es un tema que para muchos no es llamativo. Se logra hacer una composición en donde se puede observar la ubicación de los arboles dentro de la Hacienda, al igual que la ubicación por donde se ven las especies de animales en la hacienda. También se encuentra un espacio para información y un espacio para apreciar la imagen donde se ve realmente cada especie de animal o de árbol del cual se habla.

**Figura 5. Distribucion Menu Fauna y Flora**



### 8.3.4 Mapa de navegación

Figura 6. Mapa de Navegación



En el Home se encuentran varios elementos (ver Figura 14) los cuales representan cada una de la instancias. Para la Historia tenemos Hojas de papel con escritura, para la galeria de fotografias se tiene fotografias, la ubicación es representada con mapas, los animales y arboles con libros y el juego es representado con naipes.

Para poder desplazarse por cada uno de ellos se puede hacer a través de un clic encima de estos elementos. También en cada uno de estas instancias se ubica un menú en la parte superior que permite la navegación por todos los demás menús sin tener que regresar al home.



Primero se debe dar clic en algun elemento del menu, estos elementos tendran un nombre emergente el cual les dejara saber a los usuarios a que instancia deben ingresar:

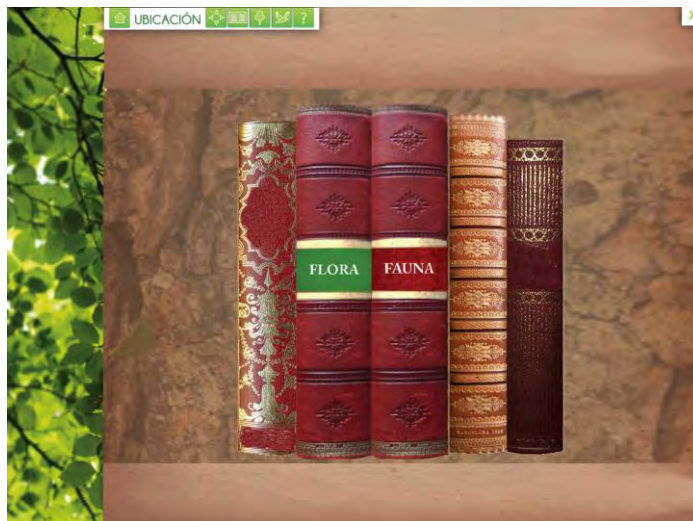
**Figura 7. Menu home Flora y Fauna**



Luego despues de una transicion entra ya a la parte de la introduccion de la flora y la fauna, alli se encuentra otro submenu el cual permite desplazarse a cualquiera de estos dos menús.

La interaccion en el menu es igual en cada opcion del mismo, algunos elemento son solo de ambientacion para generar el ambiente que se desea para que la metafora de navegacion cumpla la funcion que desde el principio de determino.

**Figura 8. Menu Flora y Fauna**



Al dar clic en cualquiera de estos dos menus se desplaza a través de una nueva transición a la parte elegida.

**Figura 9. Menú Flora**



Apartir de ese momento se puede desplazarse a cualquier parte dentro de ese menú inclusive a otra instancia ya que los botones en la parte superior de la pantalla lo permiten.

**Figura 10. Flora**



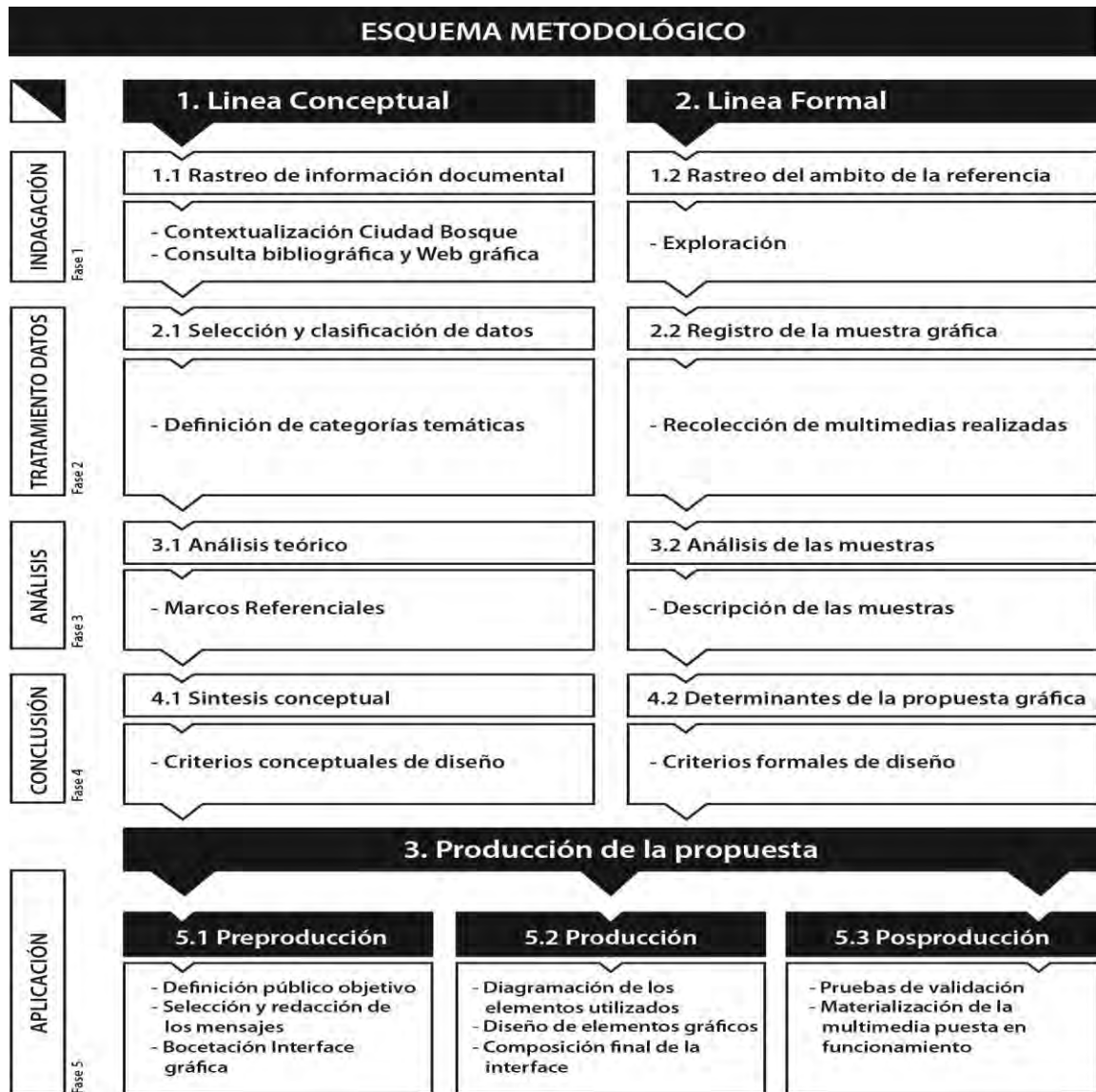
También se puede salir de la multimedia por medio del botón cerrar ubicado en cada una de las instancias. Para la retroalimentación de los animales también es la misma distribución. Para otras instancias la interacción no es tan extensa como la de la fauna y la flora es un poco más corta debido también al contenido.

**8.3.4 Recursos audiovisuales.** Con el fin de generar entretenimiento, familiarización y contextualización se utilizan recursos audiovisuales, sacados de los datos filtrados y analizados en la investigación realizada pues con ellos se establece un vínculo eficaz, esta eficacia se debe a la integración de varios recursos que atraen la atención del usuario para la retroalimentación de la información. Pero no solo se debe a lo audible o lo visual sino también al factor de interactividad que permite que el mensaje sea enviado con eficacia.

## 9. METOLOGIA DE LA INVESTIGACION

### 9.1. ESQUEMA METODOLÓGICO

Figura 11. Esquema Metodológico



**Fuente:** LÓPEZ OSORNO, Jaime. Reconocer el paisaje, Diseño de un protocolo para la agnición estética inducida del paisaje urbano, Macro proyecto Cali Ciudad Bosque: Universidad Autónoma de Occidente, 2008.

Este proceso de investigación se dividió en varias partes, siendo la primera de ellas la fase conocida como indagación. Esta fase consistió en la búsqueda de la información sobre el proyecto Cali ciudad bosque, del cual ya se podía encontrar bastante información sobre el marco teórico y contextual de él. Esta fase se centró en el reconocimiento de la metodología utilizada en los diferentes proyectos que hacen parte del macroproyecto Cali ciudad bosque, también se indago en la estrategia de cada una de las multimedias para que esta metodología de la Agnición Estética Inducida cumpliera su meta.

La segunda fase denominada Tratamiento de datos fue la fase en la cual todos los datos encontrados fueron organizados, al organizar estos datos se pudo llegar a un acercamiento a la parte gráfica, es decir se hizo un acercamiento a lo que sería la interfaz desde el punto de diseño partiendo ya de un concepto y hasta una metáfora. La recolección de datos y su respectivo tratamiento nos permitió acercarnos mas no solo al Macroproyecto si no a la historia de la Hacienda Cañasgordas.

Al llegar a la tercera fase, la interpretación de Datos, pudimos tener una retroalimentación que nos permitió analizar todos los aspectos que rodeaban tanto a la Hacienda como al patrimonio arbóreo de Cali, dimos también con la definición del *gennius locci* de la zona, con la fuente inspiradora del identificador visual, gracias a esta fase se pudieron sacar las bases para la realización del diseño de la información de la multimedia.

En la conclusión se dieron argumentos condicionantes sobre el concepto con el cual se trabajó la estética de la multimedia, se definieron los elementos gráficos que conformaron la multimedia, dando paso a la realización de las primeras propuestas de la interfaz que sería parte de la multimedia, que sería la muestra visible y el resultado de toda la investigación realizada.

Cuando se realiza la multimedia, es decir, cuando se hace la aplicación, esta se realiza en tres etapas: preproducción, producción y posproducción, las cuales se realizan con base a toda la información recolectada y tratada mencionada anteriormente.

**9.1.1. Preproducción.** La preproducción es la parte que permite el buen desarrollo en la fase de producción, por eso es tan importante ya que con una buena fase de preproducción en donde se establecen todos los parámetros y

todos las bases del diseño, en ese caso el diseño de la interfaz de la multimedia, se tiene previsto ya un buen desarrollo en la siguiente fase.

**9.1.2. visita hacienda cañasgordas.** Se realizan tres visitas a la hacienda Cañasgordas, en donde se realizan esquemas de la distribución de los árboles y de los demás elementos que la conforman, también se tomaban fotografías de las especies de flora y fauna que allí habían, es decir, se hacían registros generales de lo que conformaba el paisaje dentro del territorio de la hacienda, dándole más trascendencia y más cuidado a las tomas de los árboles que allí se encontraban. La visita se tuvo que realizar tres veces ya que el registro era extenso, tal como la extensión del terreno.

## **9.2. PÚBLICO OBJETIVO**

Esta determinación no se puede desligar de la definición ya realizada anteriormente a la hora de realizar el proyecto de Cali ciudad bosque, puesto que este proyecto que muestra a la hacienda Cañasgordas como parte del patrimonio arbóreo de Cali, es uno de los muchos proyectos que conformar al de ciudad bosque, pero teniendo en cuenta la información y el tratamiento dado a ellos, podríamos definir el público objetivo como personas de 14 años en adelante, interesados en este tema, de estratos 3,4,5.

## **9.3. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

Se busca la manera de atraer a las personas hacia este tema, y que una vez con la atención de ellos sigan interesados, es decir se busca la forma de comunicar de una manera llamativa y que los contenidos sean fáciles de digerir.

## **9.4. TRATAMIENTO DE DATOS Y CONCLUSIONES DE LAS VISITAS A LA HACIENDA**

Después de realizadas las visitas a la hacienda y las diferentes sesiones fotográficas realizadas se podía determinar varios aspectos sobre el diseño de la multimedia, a partir de estos datos y su análisis se determinó no solo gran parte del aspecto grafico sino también la metáfora que se iba a utilizar en el mismo diseño.



## 9.5. SELECCIÓN DE IMÁGENES O FOTOGRAFÍAS Y REALIZACIÓN DE TEXTOS

Se realiza la elección de las fotografías que van en la multimedia y también los textos que las acompañaran, utilizando un lenguaje común, con el que todos puedan entender.

**9.5.1. Audios.** Se seleccionan los audios que acompañaran y enriquecerán el producto multimedia, jugando el papel de acompañante en el recorrido de la virtual.

**9.5.2. Bocetación interface gráfica.** Se realizan varias propuestas de interfaz después de la etapa de indagación e investigación.

**Figura 12. Boceto 1**

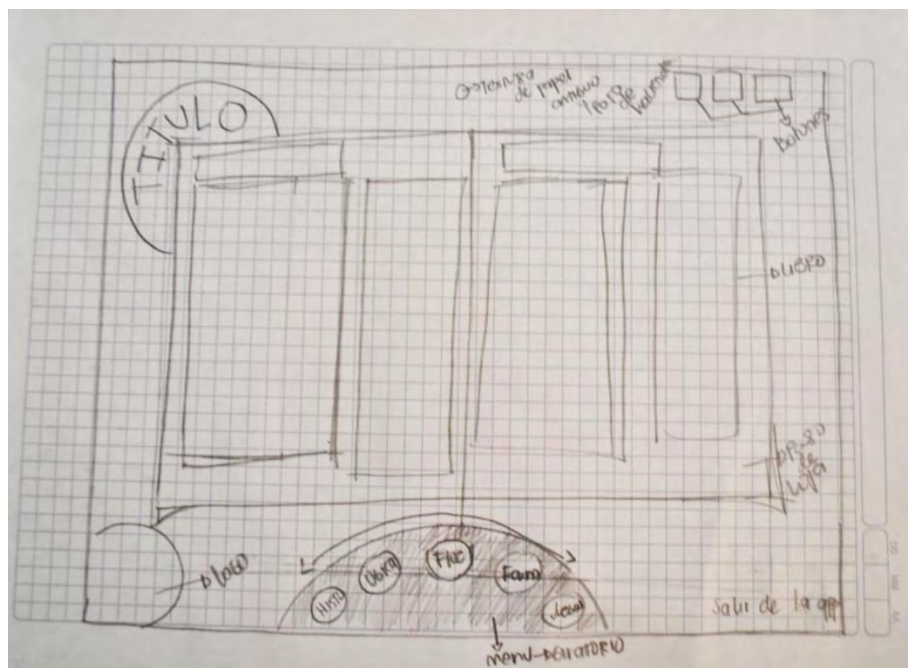


Figura 13. Boceto 2

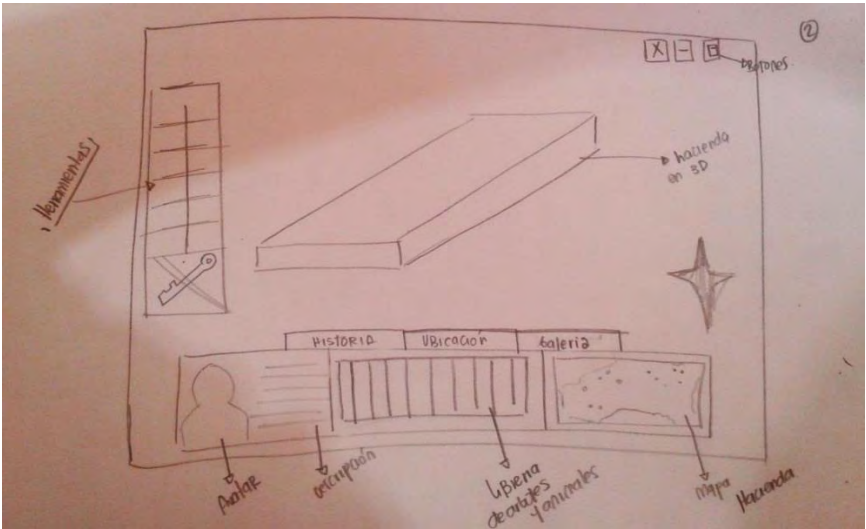
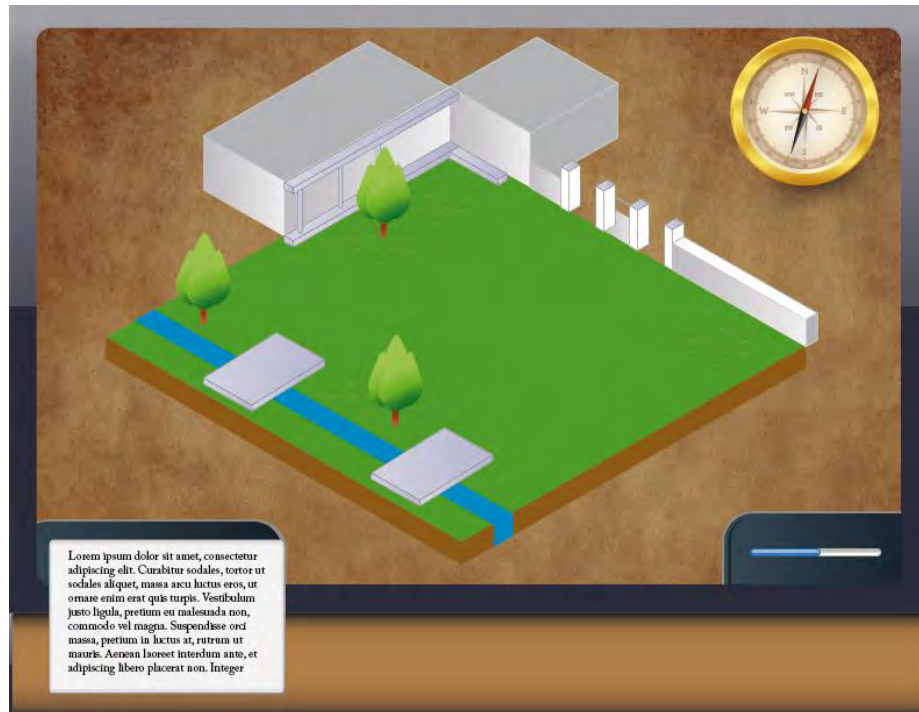


Figura 14. Boceto 3

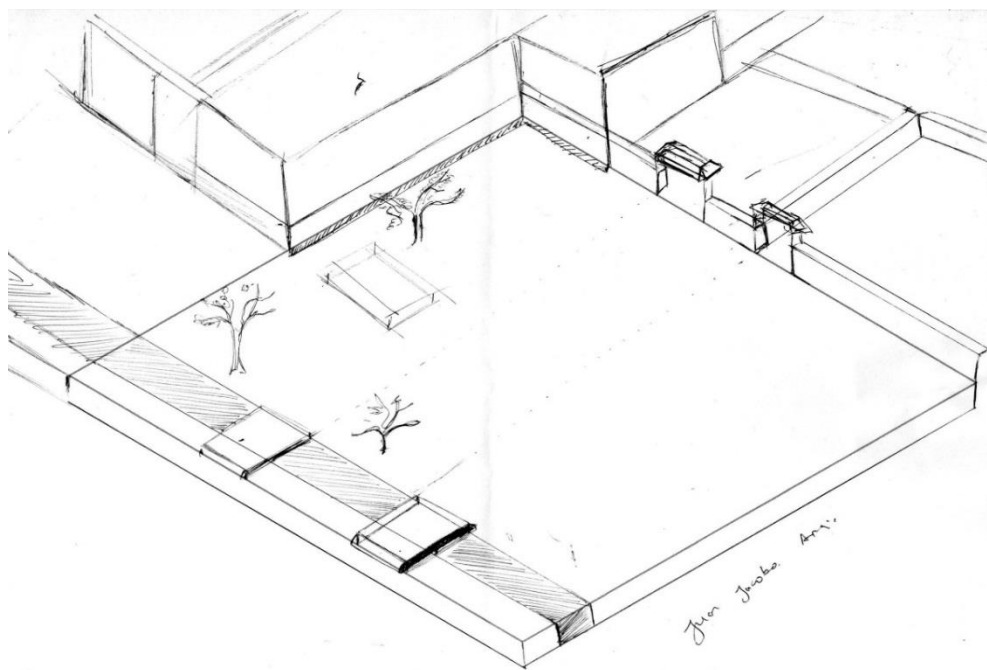




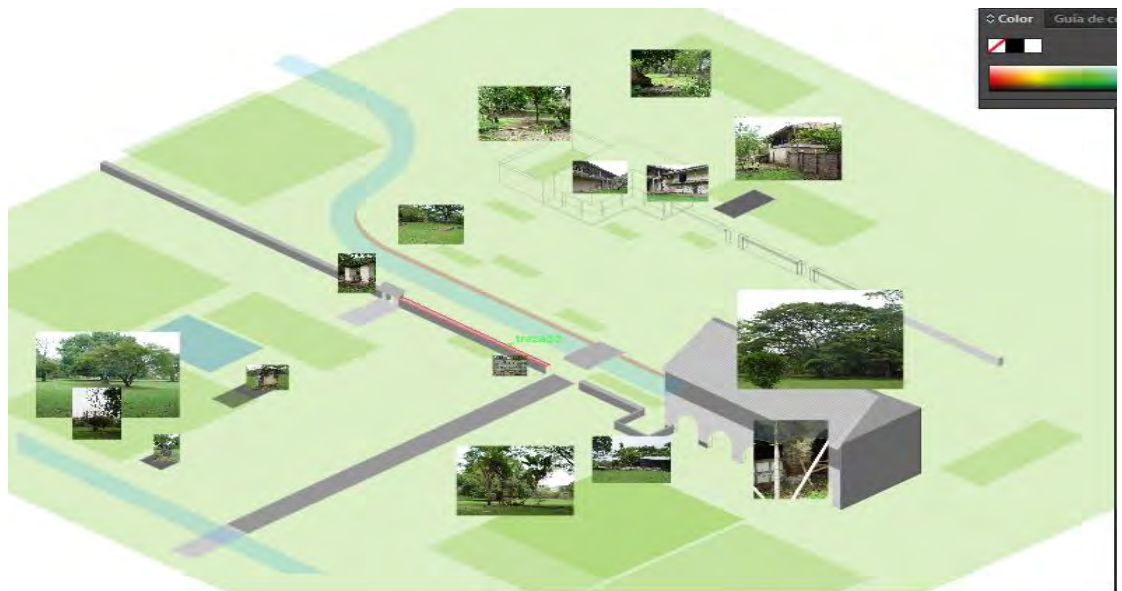
**Figura 15. Boceto 4**



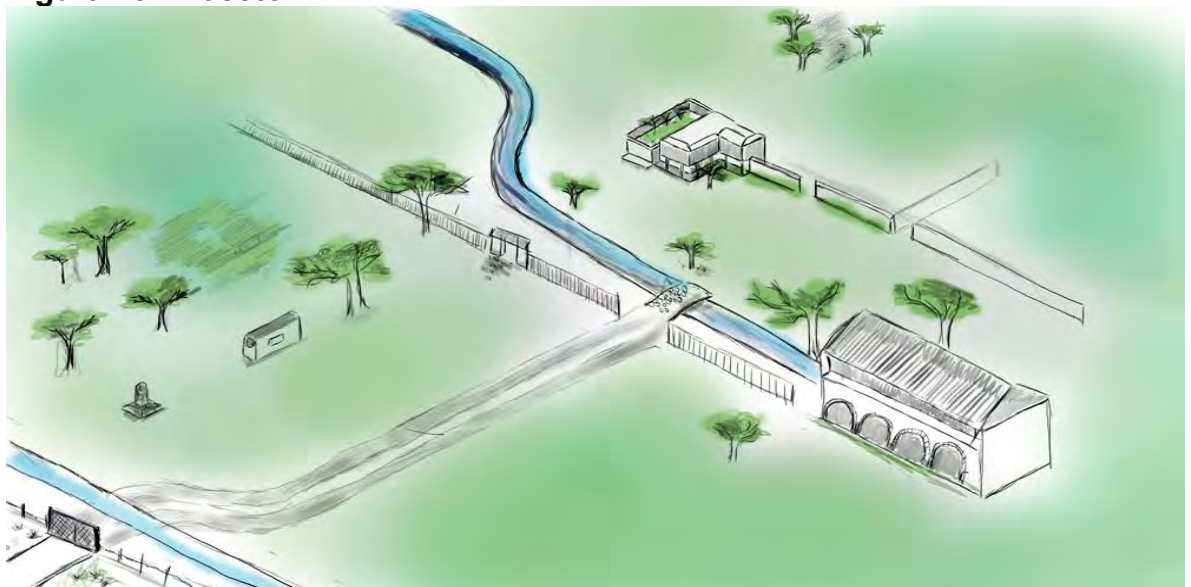
**Figura 16. Boceto 5**



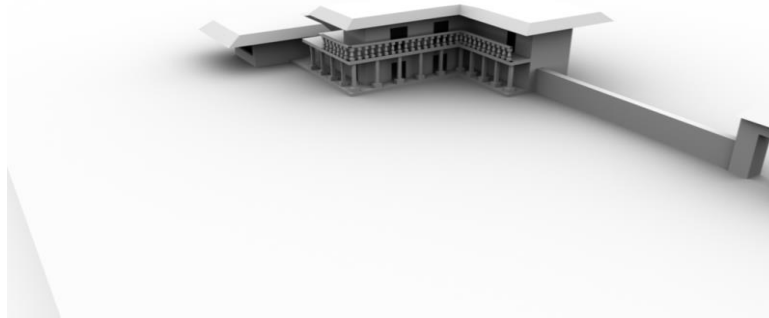
**Figura 17. Boceto 6**



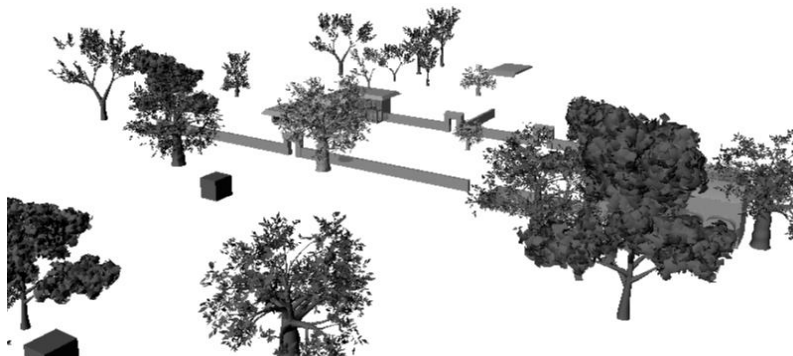
**Figura 18. Boceto 7**



**Figura 19. Boceto 8**



**Figura 20. Boceto 9**



Para la realización del boceto final se realizó un replanteamiento de la multimedia, en cuestión de organización, ya que los anteriores bocetos mostraban más una interfaz para juego, en donde no se le daba a través de la composición igual importancia a los demás temas que abarca toda la investigación, por eso se realiza estos nuevos bocetos con base a lo planteado finalmente.

Esta interfaz se pensó para que el usuario tuviera visible todos los elementos de la multimedia, es decir la vista del usuario va a permitir abarcar todos los elementos que allí se encuentran, elementos que tienen una función, el podrá interactuar con ellos.

**Figura 21. Boceto 10**

Ejemplo



## **9.6. PRODUCCIÓN**

**9.6.1. Realizaciones de la interface gráfica.** Se inicia con el proceso de producción y diseño de la interfaz con todos los términos definidos anteriormente, este es el resultado de este proceso.

**9.6.2. Programación de la multimedia.** La programación de la multimedia que se realiza es una programación básica, la cual permite que el usuario interactúe sin mayor problema, es decir se pensó en animaciones y programaciones que permitieran pasos simples dentro de la interfaz, también se le agregaron ciertos efectos que hacían más llamativa y más dinámica la interfaz.

## **9.7. POSPRODUCCIÓN**

**9.7.1. Producto final.** El producto multimedia se presenta en un DVD y un trabajo escrito, el DVD queda a disposición del público para visualización.

## 10.CONCLUSIONES

Realizar un proceso de aprendizaje y reconocimiento sobre una zona urbana arbórea a través de mecanismos de interacción digital que usan como base una interfaz gráfica son realmente viables y pueden generar una recepción positiva frente al público general, Una metáfora visual efectiva soportada en una interfaz que genera un call to action mucho más persuasivo que otros tipos de interacción, vinculando mucho mejor al usuario con el espacio arbóreo trabajado y en general con cualquier temática.

Generar imaginarios coherentes a los hitos históricos de un espacio es una estrategia publicitaria efectiva que adaptada correctamente, penetra y perdura mucho más en las personas.

Productos de diseños multimediales soportados en medios de almacenamiento portátiles reducen considerablemente su capacidad de uso en contraste con medios de difusión y de acceso más frecuentes como el internet.

A través de un gran proceso de preproducción, producción, y postproducción se pueden realizar productos supremamente efectivos, el estudio que se debe realizar es pertinente ya que los mismos datos son los encargados de sugerir la metáfora que se convertirá en la base para todo las cuestiones gráficas. El poder educar a través de estos medios es una tarea que no solo consisten en diagramar de la mejor forma, es estudiar las necesidades, los procesos, las dificultades y demás aspectos referente a la necesidad y la forma en que pueden retroalimentarse.

Tener claro la intención al crear un producto como una multimedia abre la puerta a las ideas, pero también permite generar un límite que no deja que el fin principal se pierda.

## BIBLIOGRAFIA

BAILLY, Antoine. La percepción del paisaje urbano. Madrid, España: Instituto de Administración Local, 1990. 502 p.

COSTA, Joan. La imagen didáctica. Barcelona: CEAC S.A., 1991. 272 p.

ECHEVERRÍA, Javier. Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno. Barcelona: Destino, 1999. 230 p.

FRASCARA, Jorge. Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social. Buenos Aires: Ed. Infinito, 1997. 360 p.

ECO, Umberto. Semiología de los mensajes visuales. L'Analyse des Images, Editions du Senil, 1970. Paris: Ed. Du Semil, 1970. 223 p.

MAECHA VEGA, Gilberto Emilio – ECHEVERRI RESTREPO, Rodrigo, Arboles del Valle del Cauca, Bogotá: Litografía Arco. 1983. 36-203 p.

TOKURA, Yuji – RONDÓN, Marco Antonio, KUN, Colombia: Lerner Ltda. 1996

RINCÓN, Medina Hernando. La Pantalla. Notio, opus, taktike. Bogotá: Unibiblos, 2001. 80 p.

ASKASIBAR. "Tras una definición del paisaje", *EuskoNews & Media*, [en línea], Disponible en: <http://www.euskoNews.com/0011zbk/gaia1106es.html>.

NIELSEN, Jacob. Las diez heurísticas de usabilidad según [Yates & Loaiza, 2000],[Hassan & Fernández & Iazza, 2004]

LINDWELL, William y HOLDEN, Kritina. Principios universales de diseño. Barcelona, España: Blume, 2005. 215 p.